

การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า

โดย

นายเกรียงชัย บุญโพธิ์ธิดา
รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๒
ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๖๒ - ๒๕๖๓

หนังสือรับรอง

วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ ได้อนุมัติให้เอกสารวิจัย ส่วนบุคคล เรื่อง “การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสัยทัศน์ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า” ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ ของ นายเกรียงชัย บุญโพธิ์ภักดิ์ เป็นส่วน หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ ๖๒ ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช ๒๕๖๒ – ๒๕๖๓

พลโท

(พิสิทธิ์ ปฐมอม)

ผู้อำนวยการวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ

บทคัดย่อ

เรื่อง การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิศวศึกษาขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

ผู้วิจัย เกรียงชัย บุญโพธิ์ธิดาธิ **หลักสูตร** วปอ. **รุ่นที่** ๖๒

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑. ศึกษาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับ SMEs และระดับรากหญ้า ๒. วิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่ SMEs และระดับรากหญ้า และ ๓. นำเสนอแนวทางและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่ SMEs และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน โดยใช้วิธีดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีการเก็บข้อมูลจาก ๒ ส่วน คือ ๑. การวิจัยเชิงเอกสาร และ ๒. การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคลกับ SMEs และระดับรากหญ้า จำนวนทั้งสิ้น ๒๐ ราย ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ SMEs และระดับรากหญ้า ประกอบด้วย ๓ มิติ คือ ๑. มิติด้านเศรษฐกิจ SMEs ส่วนใหญ่ประสบปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบ จึงควรมีนโยบายส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และสนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนที่หลากหลายขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงได้สะดวกและรวดเร็ว ๒. มิติด้านสังคม SMEs ส่วนใหญ่ประสบปัญหาขาดความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ ดังนั้นควรมีนโยบายส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจที่เข้มแข็ง ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการรวมกลุ่มในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือรวมกลุ่มกับช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่และระดับรากหญ้า ๓. มิติด้านสิ่งแวดล้อม SMEs ส่วนใหญ่ประสบปัญหาการขาดมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและได้มาตรฐานสากล ดังนั้นควรมีนโยบายยกระดับสินค้า บริการ และกระบวนการผลิตของ SMEs ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ในระดับรากหญ้า ส่วนใหญ่ประสบปัญหาขาดความรู้ในการพัฒนาต่อยอดสินค้าการเกษตร ดังนั้นควรมีนโยบายสร้างความรู้ สร้างงาน สร้างรายได้ โดยภาครัฐและภาคเอกชนสนับสนุน ดังนั้น บทบาทของค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งเป็นภาคเอกชนควรมีการทำงานเชิงรุกในการช่วยส่งเสริมและเชื่อมโยงกับนโยบายของภาครัฐ เพื่อเติมเต็มและสร้างความเข้มแข็ง ยกระดับการจัดการทั้งห่วงโซ่อุปทานแบบเครือข่ายอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงกับ SMEs และระดับรากหญ้า

Abstract

Title The Development of Sustainable Supply Chain for Small and Medium Enterprise (SMEs) and the Grassroots

Field Economics

Name Kriengchai Boonpoapichart **Course** NDC **Class** 62

This research aims to study the development of supply chain in economics, social and environment dimensions which relate to manufacturers who are SMEs and the grassroots. The study focused on analyzing existing problems and factors that hinder the development of sustainable supply chain and proposed policy recommendations to support and increase competitive advantages and joint collaboration of SMEs and the grassroots through the modern trade distribution channels.

Qualitative method used to conduct this study consisted of two data collections including 1.) Documentary research and 2.) In-depth interview with 20 SMEs and the grassroots. The results of the study in three dimensions showed that 1.) In the economics dimension, many SMEs are facing financial problem from liquidity shortage and lack of systematic financial management, which calls for the public policy that enable an access to funding in various financial sources timely and conveniently 2.) In the social dimension, SMEs are lack of collaborative partnership between businesses, therefore it is recommended that business networking in horizontal or vertical industry integration should be promoted and strengthened, as well as leveraging on a collaboration with modern trade retailers 3.) In the environment dimension, SMEs are having difficulties with systematic environmental management that meets international standards, which suggests that the public policy should encourage environmental-friendly products, services and manufacturing processes. In addition, the grassroots are unfamiliar with a method to add value to their fresh agricultural products, hence suggesting for the public policy that provides knowledge and creates jobs with the support from the public and private sectors.

As a result, it appears that in order to create a sustainable supply chain in economics, social and environment dimensions for SMEs and the grassroots, the public sector should also engage in the support from the private sector. By allowing modern trade retailers to

actively participate and collaborate as intermediaries, SMEs and the grassroots can be promoted and introduced to the public policy and supply chain management can be fulfilled and strengthen systematically and substantially, leading to a sustainable development ultimately.

คำนำ

การพัฒนาความยั่งยืน ถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างมากทั้งในระดับสากลและระดับประเทศ ดังจะเห็นได้จากการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals, SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ และยุทธศาสตร์ชาติของประเทศไทย ในระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ที่มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนาให้มีความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด และการกระจายรายได้ลดความเหลื่อมล้ำ เพื่อที่จะส่งผลให้ประเทศไทยสามารถขยับสู่การเป็นประเทศรายได้สูงที่มีการเติบโตอย่างมั่นคง และยั่งยืน

นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน นำมาซึ่งความเสี่ยงและโอกาส ทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวและพัฒนาตนเองอยู่เสมอเพื่อให้สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน การพัฒนาองค์กรสู่ความยั่งยืนจึงเป็น “เรื่องสำคัญ” ที่ทุกธุรกิจต้องบูรณาการและขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรมซึ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบตามบริบทองค์กร ดังนั้น หลายธุรกิจจึงได้นำแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เข้ามาบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานทั้งเครือข่าย รวมเรียกว่า “การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน” ซึ่งเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

งานวิจัยฉบับนี้ จึงได้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ จากกรณีศึกษาในประเทศไทยและต่างประเทศ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้เกิดการสร้างงาน การกระจายรายได้ไปสู่ภาคเกษตรกรรม รวมถึงเป็นตัวช่วยให้เกิดการพัฒนาและนำความเจริญไปสู่ชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ส่งผลต่อเนื่องสู่ภาคเศรษฐกิจและภาคธุรกิจโดยรวม

(นายเกรียงชัย บุญโพธิ์ธิ์รักษาติ)

นักศึกษาวិทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

หลักสูตร วปอ. รุ่นที่ ๖๒

ผู้วิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
Abstract	ข
คำนำ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญแผนภาพ	ซ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๓
ขอบเขตของการวิจัย	๓
วิธีดำเนินการวิจัย	๔
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๖
คำจำกัดความ	๗
บทที่ ๒ ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๙
ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐)	๙
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)	๑๕
ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน	๒๐
ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน	๔๒
ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน	๕๙
ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ที่ช่วยพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน	๖๕
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๖๗
กรอบแนวคิดของการวิจัย	๗๑
สรุป	๗๓

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ ๓	
การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจ	
ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า	๗๔
วิธีการวิจัย	๗๔
กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	๗๕
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๗๗
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๗๘
การเก็บรวบรวมข้อมูล	๗๙
การวิเคราะห์ข้อมูล	๘๐
สรุป	๘๐
บทที่ ๔	
ผลการวิจัย	๘๒
ปัญหาห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง	
และขนาดย่อม และระดับรากหญ้า	๘๒
ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของ	
ห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจ	
ขนาดกลางและขนาดย่อมและระดับรากหญ้า	๙๖
แนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนา	
ความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	
และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่	๑๑๐
บทที่ ๕	
สรุปและข้อเสนอแนะ	๑๕๖
สรุป	๑๕๖
ข้อเสนอแนะ	๑๖๗
บรรณานุกรม	๑๗๑
ภาคผนวก	๑๘๐
ผนวก ก แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (SMEs)	๑๘๑
ผนวก ข แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (ระดับรากหญ้า)	๑๘๓
ประวัติย่อผู้วิจัย	๑๘๕

สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่	หน้า
๒-๑	๑๑
๒-๒	๒๒
๒-๓	๒๖
๒-๔	๔๔
๒-๕	๔๔
๒-๖	๔๕
๒-๗	๕๒
๒-๘	
UN Global Compact	๕๔
๒-๙	๗๒
๔-๑	
บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)	๑๓๔
๔-๒	๑๓๕

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
๒-๑	ยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืน ของห่วงโซ่อุปทาน	๑๒
๒-๒	ยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน	๑๗
๒-๓	การสังเคราะห์องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน	๓๐
๒-๔	เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs ๑๗ เป้าหมาย	๓๓
๒-๕	ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ กับเป้าหมายการพัฒนา ที่ยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals: SDGs) ๑๗ เป้าหมาย	๓๘
๓-๑	เกณฑ์การแบ่งขนาดวิสาหกิจในประเทศไทย	๗๖
๔-๑	สรุปปัญหาห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนความเชื่อมโยงสู่ SMEs และระดับรากหญ้า กรณีศึกษาในต่างประเทศและประเทศไทย	๙๕
๔-๒	สรุปปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืน ของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สู่ SMEs และระดับรากหญ้า กรณีศึกษาในต่างประเทศและ ประเทศไทย	๑๐๘
๔-๓	รายได้รวมและกำไรสุทธิของ SMEs ที่ได้รับการส่งเสริมและ สนับสนุนในด้านต่างๆ จาก 7-Eleven ประเทศไทย	๑๔๓
๔-๔	สรุปแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ SME และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ กรณีศึกษา ในต่างประเทศและประเทศไทย	๑๔๖

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภายใต้ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี สภาพเศรษฐกิจ การแข่งขันแบบไร้พรมแดน และการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของพฤติกรรมผู้บริโภค ภาคธุรกิจจึงต้องเผชิญความท้าทายและเร่งปรับตัวในหลายมิติ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ที่เปรียบเสมือนเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ เป็นกลไกที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และยังเป็นกำลังสำคัญของระบบการผลิตในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบส่งต่อให้ภาคอุตสาหกรรม และเชื่อมโยงให้เกิดการสร้างงาน การกระจายรายได้ไปสู่ภาคเกษตรกรรม รวมถึงเป็นตัวช่วยให้เกิดการพัฒนานำความเจริญไปสู่ชุมชนในภูมิภาคต่างๆ (พริยาภรณ์ อันทอง และศุภกร เอกชัยไพบุลย์, ๒๕๕๙) โดยในปี ๒๕๖๑ มีสัดส่วนร้อยละ ๔๓ ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ คิดเป็นมูลค่ากว่า ๗ ล้านล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงานถึง ๑๔ ล้านคน คิดเป็นร้อยละ ๘๕ ของการจ้างงานทั้งประเทศ (รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๖๒) ยังมีข้อจำกัดและปัญหาในหลายด้าน โดยเฉพาะปัญหาด้านการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในด้านอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในเรื่องของการบริหารจัดการภายใต้ระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบเครือข่าย โดยบูรณาการเรื่องการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกระบวนการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานทั้งเครือข่าย รวมเรียกว่า “การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน” ซึ่งเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้นภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากในอดีตรูปแบบกิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานมีลักษณะเหมือนเส้นตรง (Linear) ไม่ซับซ้อน กิจกรรมต่างๆ เรียงลำดับเป็นขั้นตอน ประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวนไม่มาก บริษัทส่วนใหญ่จึงเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพในมิติเศรษฐกิจเป็นสำคัญ เช่น การพัฒนาคุณภาพเชิงเทคนิค การลดต้นทุน และความรวดเร็ว ในการจัดส่งสินค้า เป็นต้น ต่อมาการดำเนินธุรกิจมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ประกอบไปด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลากหลาย ความสัมพันธ์ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานจึงเปลี่ยนจากเส้นตรงมาเป็นรูปแบบเครือข่าย (Network) โดยมีความต้องการของ “ลูกค้า” เป็นแรงผลักดันสำคัญในการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ในระบบห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ ส่งผลให้ผู้

มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ต้องร่วมมือกันเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมมากขึ้น รวมทั้งมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน (ชยาภา ชยาวิวัฒนาวงศ์ และพัทธ์ธีรา วงศราวิทย์, ๒๕๖๑) โดยการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน จะช่วยลดความเสี่ยงที่ธุรกิจจะหยุดชะงัก อันเนื่องมาจากผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ปกป้องชื่อเสียงบริษัท ลดต้นทุนในกระบวนการดำเนินธุรกิจ พัฒนาผลิตภาพแรงงาน (Labor Productivity) และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ สอดรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

ซึ่งในปัจจุบันการพัฒนาความยั่งยืนทั้งในมิติดังกล่าวถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างมากทั้งในระดับสากลและระดับประเทศ ดังจะเห็นได้จากการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Development Goals (SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ และยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ที่มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนาให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด และการกระจายรายได้ลดความเหลื่อมล้ำ เพื่อที่จะส่งผลให้ประเทศไทยสามารถขยับสู่การเป็นประเทศรายได้สูงที่มีการเติบโตอย่างมั่นคง และยั่งยืน รวมไปถึง การเกิดขึ้นของดัชนีชี้วัดความสำเร็จขององค์กรที่ยั่งยืนต่างๆในระดับสากล เช่น “ดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์” (Dow Jones Sustainability Indices , DJSI) ซึ่งมีบริษัทชั้นนำระดับโลกกว่า ๓,๔๐๐ แห่งใน ๖๐ อุตสาหกรรม เข้าร่วมการประเมินผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนครอบคลุม 3 มิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสำหรับประเทศไทย บริษัทที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นสมาชิกดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ในระดับโลก หรือ DJSI World Index ได้แก่ บมจ.ซีพี ออลล์ (CPALL), บมจ.ธนาคารกสิกรไทย (KBANK), บมจ.ปตท. (PTT) และ บมจ.ไทยเบฟเวอเรจ (THBEV) เป็นต้น

แต่ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการสร้างพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งเป็นภาคเอกชนที่มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จทางธุรกิจในระดับหนึ่ง ควรได้มีการทำงานเชิงรุกในการช่วยส่งเสริม ประสาน และเชื่อมโยงกับแนวนโยบายของภาครัฐ เพื่อเติมเต็มและสร้างความเข้มแข็ง ยกกระตือรือร้นการจัดการทั้งห่วงโซ่อุปทานแบบเครือข่าย (Supply Chain Network) อย่างเป็นทางการมากขึ้น โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ในฐานะผู้ผลิต เพื่อส่งมอบคุณค่าของสินค้าและบริการ ไปจนถึงมือผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า ที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) ดังเช่น การเข้าไปช่วยเกษตรกร วิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานเข้ามาจำหน่ายในร้านค้าปลีก (รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัท ซีพี ออลล์, ๒๕๖๑)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า โดยผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อให้เกิดการสร้างงาน การกระจายรายได้ไปสู่ภาคเกษตรกรรม รวมถึงเป็นตัวช่วยให้เกิดการพัฒนา และนำความเจริญไปสู่ชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ส่งผลต่อเนื่องสู่ภาคเศรษฐกิจและภาคธุรกิจโดยรวม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า
๒. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า
๓. เพื่อศึกษาแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน

ขอบเขตของการวิจัย

๑. ขอบเขตด้านเนื้อหา

๑.๑ การวิจัยนี้เน้นการศึกษา ๓ เรื่อง ได้แก่ ๑. ปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ๒. ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า และ ๓. แนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน

๑.๒ การวิจัยนี้ศึกษาช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ เฉพาะในประเทศไทยและต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ โดยการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ

๒. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่

๒.๑ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและทราบข้อมูลเกี่ยวกับนโยบาย กลยุทธ์ และกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน และเป็นวิสาหกิจที่มีประเภทกิจการใน ๒ กลุ่มหลัก ได้แก่ กิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการและการค้า (ทั้งค้าส่งและค้าปลีก) รวมถึงมีค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น 7-Eleven หรือธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่รายอื่นๆ เข้าไปมีบทบาทในการสนับสนุน/ส่งเสริมศักยภาพหรือการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน และมีความยินดีที่จะเปิดเผยข้อมูลเท่านั้น

๒.๒ บุคคลในระดับรากหญ้า ได้แก่ เกษตรกร ชาวนา ชาวสวน ชาวไร่ ที่เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในประเทศไทย เช่น ส่งสินค้าเกษตรขายให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบ หรือส่งสินค้าเกษตรขายให้กับค้าปลีกสมัยใหม่ และได้รับการสนับสนุนจากค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น 7-Eleven หรือธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่รายอื่นๆ ในการส่งเสริมศักยภาพ เช่น การให้ความรู้ทางการเกษตร การแปรรูปสินค้าเกษตร เป็นต้น รวมถึงมีความยินดีที่จะเปิดเผยข้อมูลเท่านั้น

๓. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ๒๕๖๒ ถึง พฤษภาคม ๒๕๖๓

วิธีดำเนินการวิจัย

ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ดังนี้

๑. การรวบรวมข้อมูล

๑.๑ ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาค้นคว้าการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

๑.๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐)

๑.๑.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

๑.๑.๓ ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืน

๑.๑.๔ ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

๑.๑.๕ ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

๑.๑.๖ ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ที่ช่วยพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

๑.๒ ข้อมูลปฐมภูมิ ดำเนินการโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล กับกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวนทั้งสิ้น ๒๐ ราย ซึ่งประกอบด้วย ๒ กลุ่ม ดังนี้

๑.๒.๑ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและทราบข้อมูลเกี่ยวกับนโยบาย กลยุทธ์ และกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ เจ้าของบริษัทหรือผู้บริหารระดับสูง เช่น ประธานบริษัท กรรมการผู้จัดการ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง จากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ได้รับรางวัลจากการประกวด “เซเว่น อีเลฟเว่น เอสเอ็มอีไทยยั่งยืน” ประจำปี ๒๕๕๙-๒๕๖๑ ที่บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดการประกวด โดยสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวนทั้งสิ้น ๑๖ ราย ประกอบด้วยวิสาหกิจขนาดกลาง จำนวน ๘ ราย และวิสาหกิจขนาดย่อม จำนวน ๘ ราย

๑.๒.๒ ระดับรากหญ้า ได้แก่ เกษตรกร ชานา ชาวสวน ชาวไร่ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง จากระดับรากหญ้าที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานทางธุรกิจและได้รับการสนับสนุนจาก 7-Eleven โดยสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวนทั้งสิ้น ๔ ราย

๒. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น ๒ ส่วนดังนี้

๒.๑ การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการพัฒนาความยั่งยืน การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

๒.๒ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview)

๓. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยวิธีการวิเคราะห์จะเป็นไปตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

๓.๑ ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลจากการจดบันทึกและการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์

๓.๒ นำข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียงสัมภาษณ์มาถอดเป็นข้อความ จากนั้นทำการจัดระเบียบข้อมูลด้วยการจัดกลุ่มข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ แล้วจึงตีความหรือแปลความหมายของข้อค้นพบ

๓.๓ นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่จัดลำดับความสำคัญแล้วนำมาเปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลจากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ทราบถึงลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันของข้อมูล

๓.๔ นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และจากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อนำไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน แสดงความสำคัญของข้อมูลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น รวมถึงการวิเคราะห์โดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในแง่ต่างๆ ตามข้อเท็จจริง ทั้งในเชิงเหตุและผล

๓.๕ วิเคราะห์เปรียบเทียบช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ของประเทศไทยและต่างประเทศในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ซึ่งการวิเคราะห์ทั้งหมดจะแสดงออกมาในลักษณะของแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์

๔. การนำเสนอข้อมูล

นำเสนอข้อมูลแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์ นำเสนอแนวคิดใหม่ๆ จากการวิจัย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. เข้าใจถึงโครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

๒. เข้าใจในปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

๓. ได้นำเสนอแนวทางและข้อเสนอแนะในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ซึ่งภาครัฐและภาคเอกชน เช่น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางปฏิบัติได้เลย โดยไม่ต้องคิดเอง

คำจำกัดความ

การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

หมายถึง การพัฒนากระบวนการในทุกๆ ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การเคลื่อนย้าย จัดส่งสินค้าหรือบริการ รวมถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้อง จนกระทั่งส่งถึงมือผู้บริโภค เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน

หมายถึง การจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบเครือข่าย ซึ่งสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทาน จะต้องมีการร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน มีการใช้ระบบบูรณาการ และมีการพัฒนาบุคลากรและใช้ทรัพยากรร่วมกัน มีการควบคุมสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผล ส่งผลต่อต้นทุนรวมที่ลดลง และท้ายสุดจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ผ่านมุมมองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise : SMEs)

หมายถึง สถานประกอบการของประเทศไทยที่จดทะเบียนนิติบุคคลครอบคลุมวิสาหกิจ ๒ กลุ่ม ได้แก่ ๑. วิสาหกิจที่ประกอบกิจการผลิตสินค้า และ ๒. วิสาหกิจที่ประกอบกิจการให้บริการ กิจการค้าส่งหรือกิจการค้าปลีก

วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprise)

หมายถึง กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงาน เกินกว่า ๕๐-๒๐๐ คน หรือมีรายได้ต่อปี เกินกว่า ๑๐๐-๕๐๐ ล้านบาท กิจการให้บริการ กิจการค้าส่งหรือกิจการค้าปลีกที่มีจำนวนการจ้างงาน เกินกว่า ๓๐-๑๐๐ คน หรือมีรายได้ต่อปี เกินกว่า ๕๐-๓๐๐ ล้านบาท รวมถึงเป็นวิสาหกิจมีการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในด้านใดด้านหนึ่ง โดยค้าปลีกสมัยใหม่หรือธุรกิจขนาดใหญ่เข้าไปมีส่วนร่วม

วิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise)

หมายถึง กิจการผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน ๕๐ คน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน ๑๐๐ ล้านบาท กิจการการให้บริการ กิจการค้าส่ง หรือกิจการค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน ๓๐ คน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน ๕๐ ล้านบาท รวมถึงเป็นวิสาหกิจมีการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในด้านใดด้านหนึ่ง โดยค้าปลีกสมัยใหม่หรือธุรกิจขนาดใหญ่เข้าไปมีส่วนร่วม

ระดับรากหญ้า

หมายถึง บุคคลทั่วไปที่เป็นเกษตรกร และได้รับการสนับสนุนจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือธุรกิจขนาดใหญ่

ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

หมายถึง ร้านค้าปลีกที่อยู่ในรูปแบบร้านสะดวกซื้อ เช่น ร้าน 7-Eleven ที่ขายสินค้าหรือการบริการให้แก่ผู้บริโภคและเปิดให้บริการตลอด ๒๔ ชั่วโมง เฉพาะในประเทศไทยและต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนวรรณกรรมในบทนี้ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า และเพื่อวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงศึกษาแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน โดยการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

๑. ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐)
 ๒. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)
 ๓. ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืน
 ๔. ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน
 ๕. ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน
 ๖. ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ที่ช่วยพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน
 ๗. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 ๘. กรอบแนวคิดของการวิจัย
 ๙. สรุป
- ผู้วิจัยเสนอรายละเอียดในแต่ละเรื่อง ดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐)

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐) ได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือเป็นคติพจน์ประจำชาติว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อสนองตอบต่อผลประโยชน์แห่งชาติ อันได้แก่ การมีเอกราช อธิปไตย การดำรงอยู่อย่างมั่นคง และยั่งยืนของสถาบันหลักของชาติ

และประชาชนจากภัยคุกคามทุกรูปแบบ การอยู่ร่วมกันในชาติอย่างสันติสุขเป็นปึกแผ่น มีความมั่นคงทางสังคมท่ามกลางพหุสังคมและการมีเกียรติและศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์ ความเจริญเติบโตของชาติ ความเป็นธรรมและความอยู่ดีมีสุขของประชาชน ความยั่งยืนของฐานทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ความมั่นคงทางพลังงานและอาหาร ความสามารถในการรักษาผลประโยชน์ของชาติ ภายใต้การเปลี่ยนแปลง ของสถานะแวดล้อมระหว่างประเทศ และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ ประสานสอดคล้องกันด้านความมั่นคงในประชาคมอาเซียนและประชาคมโลกอย่างมีเกียรติและศักดิ์ศรี โดยยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐) ได้กำหนดหมายของคำว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ไว้ดังนี้

ความมั่นคง หมายถึง การมีความมั่นคงปลอดภัยจากภัยและการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศในทุกระดับ ทั้งระดับประเทศ สังคม ชุมชน ครัวเรือน และปัจเจกบุคคล และมีความมั่นคงในทุกมิติ ทั้งมิติทางการทหาร เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง เช่น ประเทศมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย มีการปกครองระบอบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข สถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์มีความเข้มแข็งเป็นศูนย์กลางและเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของประชาชน มีระบบการเมืองที่มั่นคงเป็นกลไกที่นำไปสู่การบริหารประเทศที่ต่อเนื่องและโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล สังคมมีความปรองดองและความสามัคคีสามารถผนึกกำลังเพื่อพัฒนาประเทศ ชุมชนมีความเข้มแข็ง ครอบครัวมีความอบอุ่น ประชาชน มีความมั่นคงในชีวิต มีงานและรายได้ที่มั่นคงพอเพียงกับการดำรงชีวิต มีการออมสำหรับวัยเกษียณ ความมั่นคงของอาหาร พลังงาน และน้ำ มีที่อยู่อาศัย และความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน

ความมั่งคั่ง หมายถึง ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องและมีความยั่งยืนจนเข้าสู่กลุ่มประเทศรายได้สูง ความเหลื่อมล้ำของการพัฒนาลดลง ประชากรมีความอยู่ดีมีสุขได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกันมากขึ้น และมีการพัฒนาอย่างทั่วถึงทุกภาคส่วน มีคุณภาพชีวิตตามมาตรฐานขององค์การสหประชาชาติ ไม่มีประชาชนที่อยู่ในภาวะความยากจน เศรษฐกิจในประเทศมีความเข้มแข็ง ขณะเดียวกันต้องมีความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ทั้งในตลาดโลกและตลาดภายในประเทศเพื่อให้สามารถสร้างรายได้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ ตลอดจนมีการสร้างฐานเศรษฐกิจและสังคมแห่งอนาคตเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทการพัฒนาที่เปลี่ยนแปลงไป และประเทศไทยมีบทบาทที่สำคัญในเวทีโลก และมีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการค้าอย่างแน่นแฟ้นกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย เป็นจุดสำคัญของการเชื่อมโยงในภูมิภาค ทั้งการคมนาคมขนส่ง การผลิต การค้า การลงทุน และการทำธุรกิจ เพื่อให้เป็นพลังในการพัฒนา นอกจากนี้ยังมีความสมบูรณ์ในทุนที่จะสามารถสร้างการพัฒนาต่อเนื่องไปได้ ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนทางปัญญา ทุนทางการเงิน ทุนที่เป็นเครื่องมือเครื่องจักร ทุนทางสังคม และทุนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ความยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญ รายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจที่อยู่บนหลักการ ใช้ การรักษาและการฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ไม่ใช่ทรัพยากรธรรมชาติจนเกินพอดี ไม่สร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมจนเกินความสามารถในการรองรับและเยียวยาของระบบนิเวศ การผลิตและการบริโภคเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ทรัพยากรธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์มากขึ้นและสิ่งแวดล้อมมีคุณภาพดีขึ้น คนมีความรับผิดชอบต่อสังคม มีความเอื้ออาทร เสียสละเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม รัฐบาลมีนโยบายที่มุ่งประโยชน์ส่วนรวมอย่างยั่งยืน และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน และทุกภาคส่วนในสังคมยึดถือและปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพัฒนาอย่างสมดุล มีเสถียรภาพ และยั่งยืน

ซึ่งสรุปเป็นแผนภาพวิสัยทัศน์ของประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๕๐ ดังแผนภาพที่ ๒-๑

แผนภาพที่ ๒-๑ วิสัยทัศน์ประเทศไทย ๒๕๕๐



ที่มา : ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐), ๒๕๖๑ : ๗

เพื่อให้ประเทศไทยสามารถยกระดับการพัฒนาให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และเป้าหมายการพัฒนาประเทศข้างต้น จึงจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศระยะยาวที่จะทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย มีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายในและภายนอกประเทศในทุกมิติ ทุกรูปแบบและทุกระดับ ภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการของประเทศได้รับการพัฒนายกระดับไปสู่การใช้

เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และพัฒนาเทคโนโลยีที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ที่จะสร้างและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ เพื่อยกระดับฐานรายได้ของประชาชนในภาพรวมและกระจายผลประโยชน์ไปสู่ภาคส่วนต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม คนไทยได้รับการพัฒนาให้เป็นคนดี เก่ง มีวินัย คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม และมีศักยภาพในการคิดวิเคราะห์ สามารถ “รู้ รับผิดชอบ” เทคโนโลยีใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง สามารถเข้าถึงบริการพื้นฐาน ระบบสวัสดิการ และกระบวนการยุติธรรมได้อย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่มีใครถูกทิ้งไว้ข้างหลัง การพัฒนาประเทศในช่วงระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ จะมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในรูปแบบ “ประชารัฐ” โดยประกอบด้วย ๖ ยุทธศาสตร์ ได้แก่ (๑) ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง (๒) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (๓) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ (๔) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม (๕) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ (๖) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

แต่ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการศึกษาในครั้งนี้ “การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสัยทัศน์ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า” ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประกอบไปด้วย ๓ ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม และยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังตารางที่ ๒-๑

ตารางที่ ๒-๑ ยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐)	เป้าหมายการพัฒนา	ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้
๑. ด้านความมั่นคง	ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข	-
๒. ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน	ยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ	✓
๓. ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์	พัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ	-

ตารางที่ ๒-๑ ยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐)	เป้าหมายการพัฒนา	ยุทธศาสตร์ที่ เกี่ยวข้องกับ การศึกษาครั้งนี้
๔. ด้านการสร้างโอกาสและความ เสมอภาคทางสังคม	สร้างความเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำ ในทุกมิติ	✓
๕. ด้านการสร้างการเติบโตบน คุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้ง ด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ธรรมาภิบาล	✓
๖. ด้านการปรับสมดุลและพัฒนา ระบบการบริหารจัดการภาครัฐ	ภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและ ประโยชน์ส่วนรวม	-

ที่มา : ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐), ๒๕๖๑ : ๗

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิด ๓ ประการ ได้แก่ (๑) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่นๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ (๒) “ปรับปรุงจูน” เพื่อปูทางสู่นาคต ผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ (๓) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับรูปแบบธุรกิจ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปรุงจูน พร้อมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐให้ประเทศไทยสามารถสร้างฐานรายได้และการจ้างงานใหม่ ขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในเวทีโลก ควบคู่ไปกับการยกระดับรายได้และการกินดีอยู่ดี รวมถึงการเพิ่มขึ้นของคนชั้นกลาง และลดความเหลื่อมล้ำของคนในประเทศได้ในคราวเดียวกัน

ยุทธศาสตร์นี้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติ “เศรษฐกิจ” เนื่องจากเป็นยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนที่เน้นให้ความสำคัญกับการพัฒนา กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ บริการ และการท่องเที่ยว ซึ่งอยู่ในระบบของห่วงโซ่อุปทาน โดยให้ประเทศสามารถ

ยกระดับการผลิตทางการเกษตรเพื่อสร้างมูลค่าให้สูงขึ้น ขณะที่มียุทธศาสตร์และบริการแห่งอนาคตที่จะเป็นกลไกขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต รวมทั้งรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก รวมถึงการพัฒนาปัจจัยสนับสนุนต่างๆ ทั้งในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพในด้านโครงข่ายคมนาคม พื้นที่และเมือง รวมถึงเทคโนโลยี และโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดต้นทุนในการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน บุคลากร และเชื่อมโยงประเทศไทยกับประชาคมโลก และรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสู่อนาคต

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญที่ให้ความสำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อน โดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง และการเตรียมความพร้อมของประชากรไทยทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งตนเองและทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด โดยรัฐให้หลักประกันการเข้าถึงบริการและสวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง

ยุทธศาสตร์นี้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติ “สังคม” เนื่องจากเป็นยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนที่เน้นให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำ การสร้างความเป็นธรรม และกระจายโอกาสการพัฒนาไปอย่างทั่วถึงในทุกกระดับ โดยเฉพาะในภาคการเกษตรและชนบท ซึ่งเป็นระดับรากหญ้า เป็นกลุ่มเป้าหมายของการปรับโครงสร้างและพฤติกรรม และการกระจายศูนย์กลางความเจริญ เพื่อให้การเติบโตของประเทศเป็นการเติบโตที่ยั่งยืนโดยทุกคนได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม และทำให้เกิดการสร้างงานในพื้นที่ ซึ่งเป็นการพลิกฟื้นโครงสร้างทางสังคมควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ และช่วยลดความเสี่ยงต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศบนพื้นฐานหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากนี้ ยังเน้นการดึงเอาพลังทางสังคมที่ประกอบด้วยภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในรูปแบบประชารัฐ ซึ่งการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนนั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำที่ยั่งยืน รวมทั้งการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ธรรมาภิบาล และความเป็นหุ้นส่วนความร่วมมือระหว่างกันทั้งภายในและภายนอกประเทศอย่างบูรณาการ ใช้พื้นที่เป็นตัวตั้งในการกำหนดกลยุทธ์และแผนงาน และการให้ทุก

ฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในแบบทางตรงให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ โดยเป็นการดำเนินการบนพื้นฐานการเติบโตร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิต โดยให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลทั้ง ๓ ด้าน อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนเพื่อคนรุ่นต่อไปอย่างแท้จริง

ยุทธศาสตร์นี้เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติ “สิ่งแวดล้อม” เนื่องจากเป็นยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนที่เน้นให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของประเทศในปัจจุบันที่มีปัญหาความเสื่อมโทรมอย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของพื้นที่ป่าไม้ที่ลดลง ทรัพยากรดินเสื่อมโทรม ความหลากหลายทางชีวภาพถูกคุกคาม ทรัพยากรน้ำที่ยังไม่สามารถจัดสรรได้ตามความต้องการได้อย่างเต็มศักยภาพและมีความเสี่ยงในการขาดแคลนในอนาคต ซึ่งปัญหาเชิงทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมดังกล่าวจะก่อให้เกิดจุดอ่อนของการรักษาและยกระดับฐานการผลิตและบริการของประเทศได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต โดยมีวิสัยทัศน์เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประเทศพัฒนาแล้วที่มีคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมที่ดีที่สุดในอาเซียนภายในปี พ.ศ. ๒๕๘๐ ดังนั้นทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกันอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ให้คนรุ่นต่อไปได้ใช้อย่างยั่งยืน รวมถึงใช้ประโยชน์และสร้างการเติบโตบนฐานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้สมดุลภายในขีดความสามารถของระบบนิเวศ

สรุป ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ไปสู่การปฏิบัตินั้น ต้องอาศัยกลไกเชื่อมโยงสู่การขับเคลื่อนการพัฒนา ผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) โดยในแต่ละยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ ได้กำหนดประเด็นการพัฒนาพร้อมทั้งแผนงาน/โครงการสำคัญที่ต้องดำเนินการให้เห็นผลเป็นรูปธรรม เพื่อเตรียมความพร้อมคน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม ขณะเดียวกันยังได้กำหนดแนวคิดและกลไกการขับเคลื่อนและติดตามประเมินผลที่ชัดเจน เพื่อกำกับให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีทิศทางและเกิดประสิทธิภาพ นำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทย

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

สาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของไทยในช่วงสองทศวรรษหลังได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างเห็นได้ชัด โดยมีการกำหนดกรอบเป้าหมายที่มีความสอดคล้องกับแนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างชัดเจน อาทิ เป้าหมายในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๐ เช่น การพัฒนาคุณภาพคน การพัฒนาชุมชนและแก้ปัญหาความยากจน การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีความสมดุลและยั่งยืน และการสร้างความมั่นคงของฐานทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เป้าหมายในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๑ เช่น ความอยู่เย็นเป็นสุขและความสงบสุขของสังคมไทยเพิ่มขึ้น ความเหลื่อมล้ำในสังคมลดลง สัดส่วนผู้อยู่ใต้เส้นความยากจนลดลง สถาบันทางสังคมมีความเข้มแข็ง

มากขึ้น เศรษฐกิจเติบโตในอัตราที่เหมาะสมตามศักยภาพของประเทศ การให้ความสำคัญกับการเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ คุณภาพสิ่งแวดล้อมอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก รวมทั้งเพิ่มพื้นที่ป่าไม้เพื่อรักษาสมดุลของระบบนิเวศ เป็นต้น ส่วนแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ ได้จัดทำขึ้นในช่วงเวลาของการปฏิรูปประเทศและสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเป็นการจัดทำแผนฯ บนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) ซึ่งเป้าหมายหลัก คือ การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย ๔.๐ ตลอดจนประเด็นการปฏิรูปประเทศ นอกจากนี้ได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนทั้งในระดับกลุ่มอาชีพ ระดับภาค และระดับประเทศในทุกขั้นตอนของแผนฯ อย่างกว้างขวางและต่อเนื่องเพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศ รวมทั้งร่วมจัดทำรายละเอียดยุทธศาสตร์ของแผนฯ เพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” การพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ จึงเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญในการเชื่อมต่อกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ในลักษณะการแปลงยุทธศาสตร์ระยะยาวสู่การปฏิบัติ โดยแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ ประกอบด้วย ๑๐ ยุทธศาสตร์ โดยมี ๖ ยุทธศาสตร์ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และอีก ๔ ยุทธศาสตร์ที่เป็นปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ (๑) การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ (๒) การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม (๓) การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (๔) การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (๕) การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและยั่งยืน (๖) การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประหลดมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย (๗) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ (๘) การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม (๙) การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ และ (๑๐) ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา

แต่ยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการศึกษาในครั้งนี้ “การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า” ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงเป็นยุทธศาสตร์หลักตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ประกอบไปด้วย ๓ ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม และยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังตารางที่ ๒-๒

ตารางที่ ๒-๒ ยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของ
ห่วงโซ่อุปทาน

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐)	ยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ.๒๕๖๐-๒๕๖๔)	ยุทธศาสตร์ที่ เกี่ยวข้องกับ การศึกษาครั้งนี้
๑. ด้านความมั่นคง	๕. การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติ เพื่อการพัฒนาประเทศสู่ความมั่งคั่งและ ยั่งยืน	-
๒. ด้านการสร้างความสามารถใน การแข่งขัน	๓. การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน	✓
๓. ด้านการพัฒนาและเสริมสร้าง ศักยภาพทรัพยากรมนุษย์	๑. การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพ ทุนมนุษย์	-
๔. ด้านการสร้างโอกาสและความ เสมอภาคทางสังคม	๒. การสร้างความเป็นธรรมและลด ความเหลื่อมล้ำในสังคม	✓
๕. ด้านการสร้างการเติบโตบน คุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม	๔. การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน	✓
๖. ด้านการปรับสมดุลและพัฒนา ระบบการบริหารจัดการภาครัฐ	๖. การบริหารจัดการในภาครัฐ การ ป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและ ธรรมาภิบาลในสังคมไทย	-
	๗. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ ระบบโลจิสติกส์	-
	๘. การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม	-
	๙. การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่ เศรษฐกิจ	-
	๑๐. ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อ การพัฒนา	-

ที่มา : แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)

ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เศรษฐกิจไทยขยายตัวต่ำกว่าศักยภาพอย่างต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี ทั้งจากผลกระทบของเศรษฐกิจโลกซบเซา และข้อจำกัดภายในประเทศเองที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งฐานเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวช้า

การพัฒนา ๕ ปีต่อจากนี้ไป จึงเน้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้ตามศักยภาพและมีเสถียรภาพ ภาคส่งออกมีการพัฒนาจนสามารถขยายตัวและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ผลิตภาพการผลิตของประเทศเพิ่มขึ้น การลงทุนภาครัฐและเอกชนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมาจากความร่วมมือกันมากขึ้น ประชาชนและผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีมากขึ้น และประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจสูงขึ้น นอกจากนี้ ยังเน้นให้เศรษฐกิจรายสาขามีการเติบโตอย่างเข้มแข็ง ภาคการเกษตรเน้นเกษตรกรรมยั่งยืนและให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น มีการพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมนิเวศ การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้และแข่งขันได้มากขึ้น ภาคการเงินมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น รวมถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

โดยยุทธศาสตร์นี้มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ประกอบด้วย (๑) การบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวม ทั้งในด้านการคลัง อาทิ เพิ่มประสิทธิภาพการจัดแผนงานโครงการ การจัดสรรงบประมาณ การบริหาร และการตรวจสอบกระบวนการงบประมาณ และด้านการเงิน อาทิ เพิ่มประสิทธิภาพของระบบการเงินและสถาบันการเงินทั้งในตลาดเงินและตลาดทุนให้สามารถสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และ (๒) การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้าการลงทุน เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ โดยยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเข้าสู่ระบบมาตรฐาน ต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพปัจจุบันเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง วางอนาคตรากฐานการพัฒนาอุตสาหกรรม เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมและอำนวยความสะดวกด้านการค้าการลงทุน

ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม การพัฒนาในช่วงที่ผ่านมาทำให้สังคมไทยก้าวหน้าไปหลายด้าน แต่การแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคมไทยมีความคืบหน้าช้า ทั้งเรื่องความแตกต่างของรายได้ระหว่างกลุ่มประชากร ความแตกต่างของคุณภาพการบริการภาครัฐ รวมทั้งข้อจำกัดในการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมและเทคโนโลยีของกลุ่มผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ดังนั้น การพัฒนาในระยะต่อไป จึงจำเป็นต้องมุ่งลดปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคมที่แตกต่าง

กัน แก้ไขปัญหาความยากจน เพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการพื้นฐานทางสังคมของภาครัฐ รวมทั้งเพิ่มศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง เพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเองและได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น

แนวทางการพัฒนาสำคัญ ประกอบด้วย (๑) การเพิ่มโอกาสให้กับกลุ่มเป้าหมายประชากรร้อยละ ๔๐ ที่มีรายได้ต่ำสุดสามารถเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพของรัฐและมีอาชีพ อาทิ ขยายโอกาสการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพให้แก่เด็กและเยาวชนที่ด้อยโอกาสทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยให้การดูแลนักเรียนที่ครอบครัวยากจนตั้งแต่การสร้างรายได้ของครัวเรือน สนับสนุนค่าเดินทางไปยังสถานศึกษา ให้ทุนการศึกษาต่อระดับสูง (๒) การกระจายการให้บริการภาครัฐทั้งด้านการศึกษา สาธารณสุข และสวัสดิการที่มีคุณภาพให้ครอบคลุมและทั่วถึง อาทิ บริหารจัดการการให้บริการสาธารณสุขที่มีคุณภาพให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ผ่านการพัฒนาระบบส่งต่อผู้ป่วยทั้งในระดับจังหวัด ภาค และระดับประเทศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และ (๓) เสริมสร้างศักยภาพชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการสร้างความเข้มแข็งการเงินฐานรากตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ มีสิทธิในการจัดการทุนที่ดินและทรัพยากรภายในชุมชน อาทิ สนับสนุนการให้ความรู้ในการบริหารจัดการทางการเงินแก่ชุมชนและครัวเรือน การปรับองค์การการเงินของชุมชนให้ทำหน้าที่เป็นสถาบันการเงินในระดับหมู่บ้าน/ตำบลที่ทำหน้าที่ทั้งการให้กู้ยืมและการออม และจัดตั้งโครงข่ายการเงินฐานรากโดยมีธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เป็นแม่ข่าย

ยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปัจจุบันสภาพทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกำลังเป็นจุดอ่อนสำคัญต่อการรักษาฐานการผลิตและการให้บริการ รวมทั้งการดำรงชีวิตของคนไทย ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกิดจากการลดลงของพื้นที่ป่าไม้ ทรัพยากรดินเสื่อมโทรม ความหลากหลายทางชีวภาพถูกคุกคาม ความเสี่ยงในการขาดแคลนทรัพยากรน้ำในอนาคต ปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มสูงขึ้นตามการขยายตัวของเศรษฐกิจและชุมชนเมือง การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติมีความผันผวนและรุนแรงมากขึ้น และข้อตกลงระหว่างประเทศเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทวีความเข้มข้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อแนวทางการพัฒนาประเทศในอนาคต

ดังนั้น การพัฒนาในระยะต่อไปจึงมุ่งเน้นการรักษาและฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติ การสร้างความมั่นคงด้านน้ำ และการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำให้มีประสิทธิภาพ การสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ลดมลพิษ และลดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนและระบบนิเวศ การเพิ่มประสิทธิภาพการลดก๊าซเรือนกระจกและขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ และลดความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สินที่เกิดจากสาธารณภัย

สรุปสาระสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของไทยฉบับที่ ๑๒ ให้มีความสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย ๔.๐ โดยเป็นการจัดทำแผนฯ บนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑ – ๒๕๘๐) ที่มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนาให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด และการกระจายรายได้ลดความเหลื่อมล้ำ เพื่อที่จะส่งผลให้ประเทศไทยสามารถขยับสู่การเป็นประเทศรายได้สูงที่มีการเติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

แบ่งการนำเสนอออกเป็น ๓ ส่วน คือ ๑. ความเป็นมาของการพัฒนาที่ยั่งยืน ๒. ทฤษฎี และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ๓. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน มีรายละเอียดดังนี้

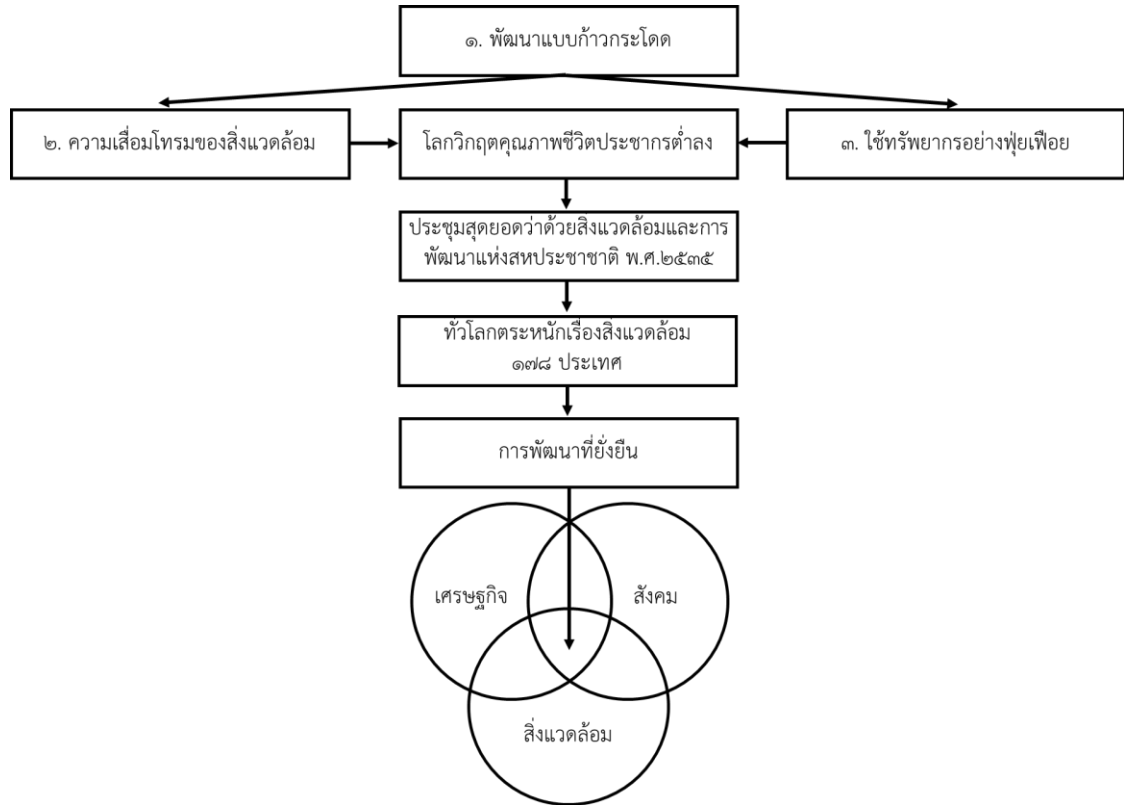
๑. ความเป็นมาของการพัฒนาความยั่งยืน

เมื่อประมาณสองร้อยกว่าปีที่ผ่านมานับตั้งแต่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมเป็นต้นมาทิศทางการพัฒนาของประเทศต่างๆ ทั่วโลกมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในทุกด้าน จึงทำให้มีการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดในปริมาณมาก เพื่อผลิตสินค้าให้ตอบสนองต่อความต้องการของมนุษย์ที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัดเหลือน้อยลงจนใกล้จะหมดไปหรืออยู่ในสภาพที่เสื่อมโทรมลง จนไม่สามารถสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างไร้ขีดจำกัดได้ แม้ว่าปรากฏการณ์การพัฒนาดังกล่าวจะนำมาซึ่งความเจริญก้าวหน้า แต่ในขณะเดียวกันได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของมนุษย์ เกิดความเสื่อมโทรมด้านคุณธรรมจริยธรรม คุณภาพชีวิตของมนุษย์ถูกบั่นทอนลงเรื่อยๆ เกิดการเลียนแบบพฤติกรรมการผลิตและการบริโภคที่ไม่เหมาะสม ส่งผลให้สังคมโลกต้องตกอยู่ในภาวะสังคมมีปัญหา และการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน จากสภาพปัญหาที่หลายประเทศทั่วโลกประสบกับภาวะความไม่ยั่งยืนของการพัฒนาดังกล่าว ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ทั่วโลกต่างแสวงหาแนวทางการพัฒนาที่คำนึงถึงความเป็นองค์รวมของทุกด้านอย่างสมดุล เพื่อก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองได้ มีสังคมที่ดี มนุษย์มีคุณภาพชีวิตที่ดีอยู่ดีกินดีควบคู่กันไปกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้คงสภาพเดิมและดีขึ้นอย่างยั่งยืน

วิกฤตการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้กระตุ้นให้หลายประเทศเกิดความตระหนัก ที่จะร่วมมือกันแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม และเห็นควรให้มีการจัดการประชุมระดับโลกเพื่อร่วมมือกัน พิจารณามาตรการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ประเทศต่างๆ กำลังเผชิญอยู่เป็นครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. ๒๕๑๕ ซึ่งการประชุมนี้มีชื่อว่า "การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมของมนุษย์"

(United Nations Conference on Human and Environment)” จัดขึ้น ณ กรุงสต็อกโฮล์ม ประเทศสวีเดน จากจุดเริ่มต้นครั้งนี้ ประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้ตระหนักถึงวิกฤตการณ์ด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาแบบมุ่งเน้นด้านเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว จึงหันมาให้ความสนใจกับการพัฒนารูปแบบใหม่ที่สามารถลดผลกระทบสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการพัฒนาได้ อันเป็นที่มาของแนวคิด “การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)” ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (World Commission on Environment and Development) หรือ คณะกรรมาธิการบรันท์แลนด์ (Brundtland Commission) โดยที่รายงานของคณะกรรมการบรันท์แลนด์ (Brundtland Report) ที่เสนอต่อสหประชาชาติใน พ.ศ. ๒๕๓๐ เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางต่อมาในชื่อ “อนาคตของเรา” (Our Common Future) ต่อจากนั้นองค์กรสหประชาชาติได้เรียกร้องให้ทั่วโลกคำนึงถึงผลกระทบของการพัฒนาที่มีต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการใช้ทรัพยากรฟุ่มเฟือยที่ไม่สมดุลกับขีดจำกัดการตอบสนองของธรรมชาติ โดยได้จัดประชุมสุดยอดของโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (UN Conference on Environment and Development: UNCED) เมื่อ พ.ศ. ๒๕๓๕ ณ กรุงริโอเดอจาเนโร ประเทศบราซิล ซึ่งเป็นที่มาของแผนแม่บทโลกที่ใช้เป็นกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศไปสู่ความยั่งยืน ในการประชุมครั้งนั้น ประเทศสมาชิกจำนวน ๑๗๘ ประเทศรวมทั้งประเทศไทยได้ร่วมลงนามในการปฏิบัติตามแผนแม่บท ดังกล่าว ซึ่งอีก ๑๐ ปีต่อมาจึงขยายแนวคิดไปสู่การประชุมสุดยอดระดับโลกว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Summit on Sustainable Development) เพื่อกระตุ้นให้ประเทศต่างๆ หันมาให้ความสนใจกำหนดกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศอย่างองค์รวม มุ่งสู่ดุลยภาพของการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังแผนภาพที่ ๒-๒

แผนภาพที่ ๒-๒ ความเป็นมาและแนวคิดของการพัฒนาความยั่งยืน



ที่มา : กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, ๒๕๕๖ : ๑๑

๒. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

Mensah (2019) นับเป็นเวลากว่าสองทศวรรษแล้วที่คำว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวาง เพื่ออธิบายความหมายเกี่ยวกับอนาคตของสังคมมนุษย์และโลกที่มนุษย์อาศัยอยู่ โดยผู้ให้ความหมายไว้หลายนิยาม ซึ่งล้วนแต่มีความหมายใกล้เคียงกันทั้งสิ้น ดังเช่น การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ “การพัฒนาที่สามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด” (Dembach, 2003; Stoddart, 2011 et al. Justice Mensah, 2019) แต่ที่มีชื่อเสียงมากที่สุด ก็คือ คำนิยามของ World Commission on Environment and Development หรือ Brundtland (1983) ที่ได้ให้คำนิยามในรายงาน “Our Common Future” ไว้ว่า คือ รูปแบบของการพัฒนาที่ตอบสนองต่อความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำให้คนรุ่นต่อไปในอนาคตต้องประนีประนอมยอมลดทอนความสามารถในการที่จะตอบสนองความต้องการของตนเอง (Sustainable Development is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs)” กล่าวคือ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรต่างๆ เพื่อผลประโยชน์ของคนรุ่นปัจจุบัน จะต้องไม่ใช่ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง แต่ควรเป็นการใช้ทรัพยากรใน

เชิงอนุรักษ์และพัฒนาให้เต็มศักยภาพอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น การพัฒนาที่ยั่งยืน จะต้องพิจารณาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และความยั่งยืนของระบบนิเวศหรือสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน ซึ่งสอดคล้องกับนักวิชาการในต่างประเทศท่านอื่นๆ ที่ได้ให้ความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ ดังนี้

คณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (๑๙๘๐) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่สนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ลดทอนความสามารถของคนรุ่นต่อมาที่จะตอบสนองความต้องการของพวกเขา ทั้งนี้การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีระบบสังคมที่เป็นสังคมธรรมรัฐ มีระบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่มั่นคง ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก มีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ประชาชนรู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นฐานในการผลิตเพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้องค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) ยังเสนอเพิ่มเติมว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนควรตั้งอยู่บนรากฐานทางวัฒนธรรมที่ยึดถือคุณค่าของความเป็นมนุษย์ด้วย (UNESCO, 2004 : 14)

Caring for the Earth (1991) กล่าวว่า การพัฒนาความยั่งยืน คือ กฎระเบียบหรือแนวทางที่ผู้คนต้องร่วมกันในการดูแลโลก จะต้องไม่ใช่หรือเผาผลาญทรัพยากรธรรมชาติ โดยไม่มีการทดแทนหรือสร้างขึ้นใหม่แทน กล่าวอีกนัยหนึ่งหมายความว่า เป็นการดำเนินวิถีชีวิตที่ต้องไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติ

United Nations Economic Commission for Europe (2001) ให้ความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การสร้างความมั่นใจในสภาพความเป็นอยู่ที่สง่างาม ในเรื่องเกี่ยวกับมนุษย์ที่มีสิทธิ์ในการสร้างและการบำรุงรักษา คำนึงถึงการใช้งานด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม วางความต้องการเหล่านี้ไปปฏิบัติสร้างความคุ้มครองที่ครอบคลุมและหลากหลาย ทั้งทางชีวภาพในแง่ของระบบนิเวศและความหลากหลายทางสายพันธุ์ทางพันธุกรรมทั้งหมดซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของชีวิต

Cerin (2006) และ Abubakar (2017) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ กระบวนทัศน์ในการพัฒนาเช่นเดียวกับแนวคิดที่ต้องการปรับปรุงมาตรฐานการดำรงชีวิตโดยไม่ทำลายระบบนิเวศของโลกหรือก่อให้เกิดปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การทำลายป่าและมลพิษทางน้ำและอากาศ ซึ่งอาจจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการสูญพันธุ์ของสายพันธุ์สิ่งมีชีวิต

Hák (2016) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างรอบคอบเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของคนรุ่นปัจจุบัน โดยไม่ทำลายความสามารถของคนรุ่นต่อไปในอนาคต โดยเป็นความพยายามสร้างความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความ

สมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม และความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม เช่นเดียวกับ Kolk (2016) ที่กล่าวว่าเป็นกระบวนการตัดสินใจในการพัฒนาที่คำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม

Evers (2018) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่ทำให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนามนุษย์ในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาระบบนิเวศทางธรรมชาติและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม

สำหรับประเทศไทย ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน ไว้ดังนี้

พระธรรมปิฎก (๒๕๓๙ : ๒๕) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน หมายถึงการพัฒนาที่สนองตอบความต้องการของคนในปัจจุบันโดยไม่กระทบกระเทือนความสามารถของคนรุ่นต่อไปในการที่จะสนองตอบความต้องการของเขาเอง

ไพฑูรย์ พงศบุตร (๒๕๔๔ : ๒๑) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรอย่างพอดี เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ใช้ต่อได้ ในระยะยาวและมีการกระจายผลประโยชน์ให้แก่คนส่วนใหญ่ รวมทั้งความร่วมมืออย่างใกล้ชิดระหว่างผู้เกี่ยวข้องหรือมีส่วนได้ส่วนเสีย

ประพัฒน์ ปัญญาชาติรักษ์ (๒๕๔๖ : ๙) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาความยั่งยืนเป็นการพัฒนาในลักษณะบูรณาการเป็นองค์รวมที่ตัวแปรทั้งหลายต้องมาประสานกันครบองค์อย่างมีดุลยภาพ แม้ว่าจะอยู่ในบริบทที่มีความหลากหลายบนความแตกต่างทางด้านเศรษฐกิจ ที่ต้องคำนึงถึงการพัฒนามาตามขีดความสามารถในการแข่งขันบนพื้นฐานทรัพยากรของตนเอง ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ที่ต้องให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของผู้เกี่ยวข้องอย่างสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม การพัฒนาความยั่งยืนจึงเป็นความพยายามในการทำให้ดีขึ้นอย่างมั่นคงถาวรบนพื้นฐานของศักยภาพและทรัพยากรที่มีจำกัด โดยคำนึงถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ให้เกิดความสมดุลทุกมิติ เน้นการพัฒนาบนฐานทรัพยากร จุดแข็ง และศักยภาพของตนเอง รวมทั้งการสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ตลอดจนสามารถอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขและยั่งยืนตลอดไป

นิตยา กมลวิทนินศา (๒๕๔๖ : ๑๔) ได้ให้แนวคิดว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่ดำเนินไปโดยคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการตอบสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต เป็นการพัฒนาที่คำนึงถึงความเป็น “องค์รวม” คือ การกระทำสิ่งใดต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งอื่นๆ ซึ่งการพัฒนาตามแนวคิดนี้ ยึดหลักความรอบคอบ และค่อยเป็นค่อยไป รวมทั้งเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนไม่ได้ปฏิเสธ “ระบบเทคโนโลยี” เพียงแต่ต้องคำนึงว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นเป็นไปในทางสร้างสรรค์หรือทำลาย

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ (๒๕๔๙) กล่าวว่า แนวคิดการพัฒนาความยั่งยืนเป็นแนวความคิดที่ประนีประนอมระหว่างกลุ่มที่นิยมการพัฒนากับกลุ่ม

ที่นิยมสิ่งแวดลอม ทั้งโลกที่ร่ำรวยและโลกที่ยากจน ต่างก็มีความพึงพอใจในแนวคิดนี้เนื่องจากเป็นแนวคิดที่ทำให้การพัฒนาและสิ่งแวดลอมเป็นเรื่องที่ไปด้วยกันได้กล่าวคือ เป็นแนวคิดที่ไม่ได้ปฏิเสธความเจริญก้าวหน้าและมองว่าการขยายตัวทางเศรษฐกิจเป็นสิ่งจำเป็น และสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องมีการทำลายสิ่งแวดลอม การพัฒนาที่ยั่งยืนยังหมายถึงยุทธศาสตร์การพัฒนาที่นำเอาทรัพยากรทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติมนุษย์ การเงิน และทรัพยากรกายภาพ มาจัดการเพื่อก่อให้เกิดความมั่งคั่ง ความอยู่ดีกินดีและความสุขสมบรูณ์ การพัฒนาที่ยั่งยืนขึ้นอยู่กับการจัดการสิ่งแวดลอมที่ถูกต้องและเหมาะสม โดยสรุปแล้วคือการพัฒนาที่อยู่ภายใต้ขีดจำกัดทางนิเวศ

วสุธร ต้นวัฒนกุล (๒๕๔๙) กล่าวถึง ลักษณะที่แสดงถึงการพัฒนาความยั่งยืนว่าเป็นการผสมผสานระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาที่สนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมอย่างเสมอภาคและยุติธรรม มีการผสมผสานกิจกรรม เพื่อทำให้สังคมเกิดความผูกพันและอนุรักษ์ไว้ซึ่งความหลากหลายทางวัฒนธรรม คำนึงถึงการรักษาสิ่งแวดลอม ตลอดจนการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้อย่างสอดคล้องกับชุมชน

กล่าวโดยสรุป จากแนวคิดที่หลากหลายของนักวิชาการทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทยที่กล่าวมาข้างต้น แม้ว่าจะทำให้ความหมายของคำว่า “การพัฒนาที่ยั่งยืน” แตกต่างกันไปหลายรูปแบบ แต่ก็มีหลักการที่เหมือนกัน โดยความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทของงานวิจัยนี้ หมายถึง การพัฒนาที่ดำเนินไปโดยคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดลอม และการตอบสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต เป็นดำเนินการบนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างองค์รวมให้มีความสมดุลอย่างรอบด้าน โดยคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งอื่นๆที่มีติดรอบด้านทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดลอม รวมทั้งเป็นการพัฒนาที่ไม่ปฏิเสธระบบเทคโนโลยีเพียงแต่ต้องคำนึงว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้นั้นเป็นไปในทางสร้างสรรค์หรือทำลาย เปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้มีส่วนร่วมในการพัฒนา คำนึงถึงความเป็นองค์รวมในเชิงบูรณาการโดยพิจารณาผลเชื่อมโยงที่เกิดขึ้นอย่างหลากหลายบนความแตกต่างทางด้านเศรษฐกิจ ที่ต้องคำนึงถึงการพัฒนาตามขีดความสามารถในการแข่งขันบนพื้นฐานทรัพยากรของตนเอง ด้านสังคมและสิ่งแวดลอม ที่ต้องให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของผู้เกี่ยวข้องอย่างสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

องค์ประกอบของการพัฒนาความยั่งยืน

การศึกษาแนวคิดและองค์ประกอบของการพัฒนาความยั่งยืน มีนักวิชาการในหลากหลายสาขาและสถาบัน ทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทย ได้ให้ความหมายและองค์ประกอบการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่

United Nations Economic Commission for Europe (2001) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนว่าเป็นการสร้างความมั่นใจในสภาพความเป็นอยู่ที่สง่างาม ในเรื่องเกี่ยวกับมนุษย์

ที่มีสิทธิ์ในการสร้างและการบำรุงรักษา โดยคำนึงถึงองค์ประกอบ ๓ ด้าน คือ สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของชีวิต

Carter and Liane (2016) ได้กล่าวถึงทฤษฎี Triple Bottom Line ซึ่งเป็นแนวคิดของ John Elkington (1998) โดยชี้ให้เห็นว่าธุรกิจจะเติบโตอย่างยั่งยืนได้นั้น จะต้องเติบโตอย่างสมดุลทั้ง ๓ ด้าน คือ People Planet และ Profit ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับการมองคุณค่าและประเมินความสำเร็จขององค์กรอย่างสมดุล รวมถึงดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใส มีธรรมาภิบาล ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถประเมินความเสี่ยงและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียได้อย่างครบถ้วน อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กร โดยได้อธิบายรายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

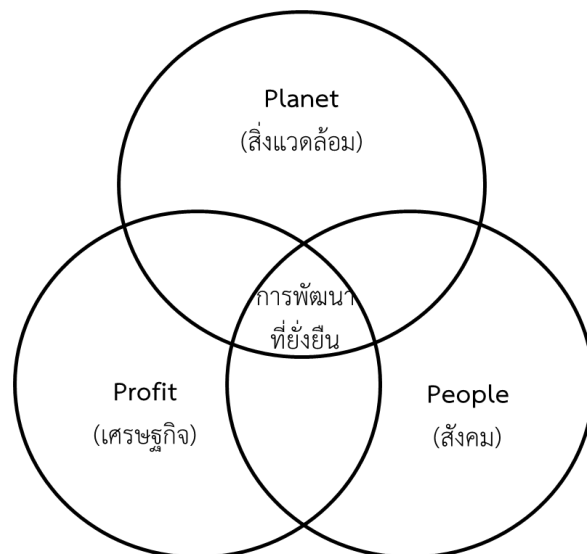
๑. Profit การทำให้ธุรกิจเติบโตมีกำไร โดยที่ไม่ได้คำนึงถึงกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียว แต่ต้องคำนึงถึง “ประโยชน์” และ “ต้นทุน” ที่มีผลต่อสังคม สิ่งแวดล้อม จากการดำเนินธุรกิจอีกด้วย

๒. Planet การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ที่จะต้องใช้พยายามลดการใช้ทรัพยากร มีการหมุนเวียนนำกลับมาใช้ใหม่ และลดผลกระทบที่เกิดขึ้นให้เหลือน้อยที่สุด

๓. People การเกื้อกูลผู้คนรอบข้าง ให้ความเป็นธรรมต่อแรงงาน เสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้กับชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงการค้าที่เป็นธรรมกับคู่ค้า

หลักการ Triple Bottom Line กลายเป็นทฤษฎีที่ยอมรับถึงผลประโยชน์ประกอบกิจการ และยืนยันว่า วิสัยทัศน์นโยบายและแนวทางการดำเนินกิจการเป็นแบบกว้างขวาง มีความโปร่งใส ที่สำคัญสามารถตรวจสอบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นได้ทั้งผลตอบแทนทางสังคม ผลตอบแทนด้านสิ่งแวดล้อม และไม่ขัดหรือแย้งกับผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ด้วย ดังแผนภาพที่ ๒-๓

แผนภาพที่ ๒-๓ Triple Bottom Line (TBL)



ที่มา : John Elkington (1998 อ้างถึงใน Carter and Liane, 2016)

World Conference on Environment and Development (1987; Joshi et al., 2007; Emas, 2015) กล่าวว่า หลักการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลใน ๓ มิติ เนื่องจากทุกมิติล้วนแล้วแต่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องกัน ได้แก่

๑. มิติด้านเศรษฐกิจ (Economy) คือ สภาพหรือระบบเศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนในระยะยาว เศรษฐกิจที่มีประสิทธิภาพคือเศรษฐกิจที่มีคุณภาพ จะต้องเป็นไปอย่างสมดุลและเอื้อต่อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ มีความสามารถในการแข่งขันและการเจริญเติบโตภายใต้ความเท่าเทียม และเปิดโอกาสอย่างเหมาะสม ผลผลิตมาจากกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีที่สะอาด ลดปริมาณของเสีย ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม มีการกระจายรายได้ให้เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะคนที่มีรายได้น้อย

๒. มิติด้านสังคม (Social) คือ การพัฒนาคนให้มีความรู้ มีสมรรถนะและมีผลิตภาพสูงขึ้น ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพ และเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ แนวคิดนี้วางอยู่บนรากฐานของ ๒ หลัก คือ หลักความยุติธรรม และความเท่าเทียมกัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาในระยะยาว การเข้าถึงทรัพยากรและโอกาสของคนในสังคมจะต้องมีความเท่าเทียมกัน สิทธิมนุษยชนและผลประโยชน์อื่นๆ เช่น อาหาร สาธารณสุข การศึกษา ที่อยู่อาศัยและโอกาสในการพัฒนาตนเอง ความเป็นธรรมในสังคม นี้นับยั้งถึงโอกาสที่เท่าเทียมกันของประชาชนทุกคนในด้านการศึกษาและการมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างผลิตภาพให้แก่สังคม สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะทำให้เป้าหมายทางสังคมทั้งด้านของความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความเป็นธรรมในสังคม ความเท่าเทียมกันระหว่างเพศ และการมีส่วนร่วมของประชาชน ประสบความสำเร็จ

๓. มิติด้านสิ่งแวดล้อม (environment) การใช้ทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่ระบบนิเวศสามารถฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมได้ในเวลาที่ไม่ส่งผลเสียต่อผู้ใช้ทรัพยากรทั้งในรุ่นปัจจุบันและรุ่นหลัง หากมีการปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อม ต้องอยู่ในระดับที่ระบบนิเวศสามารถดูดซับและทำลายมลพิษนั้นได้ โดยสามารถผลิตมาทดแทนทรัพยากรประเภทที่ใช้แล้วหมดไปได้ เป็นการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน การรักษาไว้ซึ่งทุนทางธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นป่าไม้แม่น้ำ ภูเขา แร่ธาตุอันเป็นสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติที่ควรจะดำรงอยู่ที่ทำให้ส่วนประกอบทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ความมีเสถียรภาพของระบบนิเวศของโลกจะไม่ถูกรบกวน

ภายใต้แนวคิดทั้ง ๓ ประการของการพัฒนาที่ยั่งยืนควรพิจารณาถึงการพัฒนาที่อยู่บนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยี และระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดด้วย เนื่องจากจะทำให้เกิดผลประโยชน์แก่สังคมมากที่สุด โดยสิ่งที่ส่งเสริมหรือพัฒนานั้นจะต้องไม่ทำลายระบบนิเวศ สังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นการพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น มีระบบสังคมที่เป็นธรรม มีระบบการพัฒนาเศรษฐกิจที่มั่นคงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากภายนอก

มีคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีประชาชนรู้จักใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า โดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นฐานในการผลิตเพื่อนำไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

Hák (2016) และ Kolk (2016) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นการสร้างความสมดุลใน ๓ มิติ คือ ๑. การสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ๒. ความสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม และ ๓. ความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม ซึ่งทั้ง ๓ มิติต้องมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งสอดคล้องกับ Evers (2017) ที่กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่ทำให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนามนุษย์ ในขณะเดียวกันก็ยังคงรักษาระบบนิเวศทางธรรมชาติและความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม

สำหรับประเทศไทย ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายความหมายองค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน ไว้ดังนี้

วรัญญู เวียงอำพล (๒๕๔๖) กล่าวว่า การพัฒนาแบบยั่งยืนต้องเป็นการสร้างสรรค์ให้ชีวิตและสังคมดีขึ้น โดยต้องมีการพัฒนาใน ๔ องค์ประกอบ ดังนี้

๑. ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือ ยังคงสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติให้เหมือนเดิมที่สุดไม่ควรให้ธรรมชาติเปลี่ยนแปลงไปมากนัก หรือถ้าจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงต้องชดเชยหรือทดแทนธรรมชาติที่เสียไป มนุษย์ต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะสู่สิ่งแวดล้อม การแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาล เอกชน และประชาชน จะต้องได้รับความสนใจทั้งในระดับนโยบาย ระดับการวางแผน และระดับปฏิบัติ

๒. สังคม คือ ประชาชนมีคุณภาพดีกินดีอยู่ดี สังคมปลอดภัยสงบสุข เป็นสังคมที่ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ยังคงมีวัฒนธรรมเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

๓. จิตใจและมนุษย์ ต้องมีการพัฒนาทั้งด้านร่างกายและจิตใจให้เข้มแข็งและสมบูรณ์ อยู่เสมอโดยเฉพาะในเรื่องของจิตใจ

๔. เศรษฐกิจ ต้องมีการหมุนเวียนของรายได้มีมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น มีการผลิตที่เหมาะสมกับทรัพยากรและความต้องการของผู้บริโภค โดยที่การผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์แบบใหม่ที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการคมนาคมที่สะดวกรวดเร็วประหยัด และปลอดภัยให้แก่ชุมชนรวมทั้งเป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร

ประพัฒน์ ปัญญาชาติรักษ์ (๒๕๔๖) กล่าวว่า การพัฒนาความยั่งยืนเป็นการพัฒนาในลักษณะบูรณาการเป็นองค์รวมจาก ๓ องค์ประกอบที่ต้องทำงานประสานกันอย่างมีคุณภาพทั้งทางด้านเศรษฐกิจ ที่ต้องคำนึงถึงการพัฒนาตามขีดความสามารถในการแข่งขันบนพื้นฐานทรัพยากรของตนเอง รวมถึงด้านสังคม และสิ่งแวดล้อม

พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต, ๒๕๕๒) ได้สรุปให้เห็นว่า ปัญหาในการพัฒนาที่ยั่งยืนที่ไม่ประสบความสำเร็จนั้น เกิดจากกิเลส ๓ อย่าง ที่ขัดขวางจริยธรรม คือ ตัณหา มานะ และ

ทิวี่ เราจึงต้องพัฒนาคนและเศรษฐกิจให้คู่ขนานไปกับการพัฒนาจริยธรรม ดังนั้น ระบบการพัฒนาที่ยั่งยืน จึงขึ้นอยู่กับ ๔ ปัจจัย ได้แก่

๑. มนุษย์ ต้องพัฒนาคนให้มีคุณภาพ มีสุขภาพดี ขยัน อดทน รับผิดชอบ มีฝีมือ มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ พร้อมทั้งจะเป็นกำลังสำคัญในระบบเศรษฐกิจและสังคมที่จัดสรรให้เกื้อหนุน และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยให้การศึกษาและจัดสรรปัจจัยเกื้อหนุน

๒. สังคม จัดระบบสังคม ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง การบริหาร ตลอดจนกิจการต่างๆ ให้ผสมกลมกลืนสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันบนพื้นฐานแห่งความรู้ความเป็นจริง สร้างบรรยากาศแห่งความไม่เบียดเบียน บรรยากาศแห่งความช่วยเหลือเกื้อกูล พิทักษ์ปกป้องคนที่อยู่ในสถานะต่างๆ ซึ่งมีโอกาสและมีความสามารถต่างกัน

๓. ธรรมชาติ วิธีการพัฒนาต้องยึดหลักให้มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติและดำรงชีวิตให้สอดคล้องและกลมกลืนกับธรรมชาติ

๔. เทคโนโลยี การพัฒนาเทคโนโลยี การใช้เทคโนโลยีที่เกื้อกูล ไม่ทำลายธรรมชาติ นำของเสียมาผลิตเวียนใช้ประโยชน์ใหม่ สังคมไทยต้องพัฒนาเทคโนโลยีควบคู่ไปกับการพัฒนาตนเอง ต้องใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนประดิษฐ์เสกสรรของมนุษย์อย่างไม่ประมาทและเพื่อเกื้อหนุนให้ตนเองมีชีวิตดีงาม สมบูรณ์ มีอิสรภาพและสันติสุข

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (๒๕๕๖) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่เน้นให้มนุษย์คำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติบนโลก และให้มีการดำเนินการพัฒนาควบคู่ไปกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยให้เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนทั้งในยุคปัจจุบัน และยุคต่อไป อย่างเท่าเทียมกัน หลักการสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การสร้างสมดุลระหว่าง ๓ มิติของการพัฒนา ได้แก่

๑. มิติการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ กระจายรายได้ให้เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะคนที่มีรายได้น้อย

๒. มิติการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการพัฒนาคนให้มีความรู้ มีสมรรถนะและมีผลิตภาพสูงขึ้น ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพ และเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้

๓. มิติการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่ระบบนิเวศสามารถฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมได้ การปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อมในระดับที่ระบบนิเวศสามารถดูดซับและทำลายมลพิษนั้นได้ โดยให้สามารถผลิตมาทดแทนทรัพยากรประเภทที่ใช้แล้วหมดไปได้

อนันตชัย ยูรประถม (๒๕๕๙) กล่าวว่า การพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน มีเป้าหมายหลัก คือ “การมุ่งสร้างคุณค่า ๓ ด้าน” ได้แก่ คุณค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางสังคม และคุณค่าทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งคุณค่าทั้ง ๓ ด้านนี้ จะต้องพิจารณาและบูรณาการเข้ากับกระบวนการตัดสินใจและการดำเนินงาน

ในทุกุระดับขององค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถปรับตัวพร้อมรับความเสี่ยงและก้าวทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น อีกทั้งช่วยกระตุ้นให้เกิดการสร้างวัฒนธรรมภายในองค์กรให้มองเห็นเป้าหมาย “การสร้างคุณค่าขององค์กรกับสังคม” สอดคล้องในทิศทางเดียวกัน

จากการศึกษาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืนดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปให้เห็นถึงความแตกต่างขององค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้ดังตารางที่ ๒-๓

ตารางที่ ๒-๓ การสังเคราะห์องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน

ผู้แต่ง/ผู้ศึกษา	องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน				
	เศรษฐกิจ	สังคม	สิ่งแวดล้อม	จิตใจ	เทคโนโลยี
๑. United Nations Economic Commission for Europe (2001)	✓	✓	✓		
๒. Carter and Liane (2016)	✓	✓	✓		
๓. World Conference on Environment and Development (1987; Joshi et al., 2007; Emas, 2015)	✓	✓	✓		
๔. Hák (2016)	✓	✓	✓		
๕. Kolk (2016)	✓	✓	✓		
๖. Evers (2018)	✓	✓	✓		
๗. วรรณัญ เวียงอำพล (๒๕๕๖)	✓	✓	✓	✓	
๘. ประพัฒน์ ปัญญาชาติรักษ์ (๒๕๕๖)	✓	✓	✓		
๙. พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต, ๒๕๕๒)	✓	✓	✓		✓
๑๐. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (๒๕๕๖)	✓	✓	✓		
๑๑. อนันตชัย ยูรประถม (๒๕๕๙)	✓	✓	✓		
รวม	๑๑*	๑๑*	๑๑*	๑	๑

หมายเหตุ : * หมายถึง องค์ประกอบที่เป็นสาระร่วม

จากตารางที่ ๒-๓ ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เป็นสาระร่วม (*) ซึ่งผู้ศึกษาให้ความสำคัญ โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกองค์ประกอบที่มีผู้ศึกษาตั้งแต่ ๑๑ คนขึ้นไป พบว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบที่เหมือนกัน ๓ ด้าน คือ

เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และมีการใช้อย่างแพร่หลาย ดังนั้น องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน ในบริบทของงานวิจัยนี้ จึงมุ่งเน้นศึกษาใน ๓ ด้าน ดังนี้

๑. ด้านเศรษฐกิจ เป็นการพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของคนทั้งในยุคปัจจุบัน และยุคต่อไป อย่างเท่าเทียมกันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต มีการผลิตที่เหมาะสมกับทรัพยากรและความต้องการของผู้บริโภค โดยที่การผลิตต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ รวมถึงเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจให้เจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ มีมาตรฐานการครองชีพสูงขึ้น และมีการกระจายรายได้ให้เอื้อประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยเฉพาะคนที่มีรายได้น้อย

๒. ด้านสังคม เป็นการพัฒนาสังคมที่ยั่งยืน พัฒนาคนให้มีความรู้ มีสมรรถนะและมีผลิตภาพสูงขึ้น ส่งเสริมให้เกิดสังคมที่มีคุณภาพ เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้รวมถึงการจัดระบบสังคมตลอดจนกิจการต่างๆ ให้ผสมกลมกลืนสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันบนพื้นฐานแห่งความรู้ ความเป็นจริง สร้างบรรยากาศแห่งความไม่เบียดเบียน บรรยากาศแห่งความช่วยเหลือเกื้อกูล พิทักษ์ปกป้องคนที่อยู่ในสถานะต่างๆ ซึ่งมีโอกาสและมีความสามารถต่างกัน คนในสังคมมีคุณภาพดี กินดีอยู่ดี เป็นสังคมปลอดภัยสงบสุขและมีวัฒนธรรมเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น

๓. ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นการพัฒนาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่ดำเนินไปโดยคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และสนองความต้องการในปัจจุบันโดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการในอนาคต คงสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติให้เหมือนเดิมที่สุด ไม่ควรให้ธรรมชาติเปลี่ยนแปลงไปมากนัก หรือถ้าจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลง ต้องชดเชยหรือทดแทนธรรมชาติที่เสียไป ต้องอนุรักษ์หรือสงวนทรัพยากร สิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในปริมาณที่ระบบนิเวศสามารถฟื้นตัวกลับสู่สภาพเดิมได้ การปล่อยมลพิษออกสู่สิ่งแวดล้อมในระดับที่ระบบนิเวศสามารถดูดซับและทำลายมลพิษนั้นได้ โดยให้สามารถผลิตมาทดแทนทรัพยากร ประเภทที่ใช้แล้วหมดไปได้ วิธีการพัฒนาต้องยึดหลักให้มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติและดำรงชีวิตให้สอดคล้องและกลมกลืนกับธรรมชาติ มนุษย์ต้องไม่ก่อให้เกิดมลภาวะสู่สิ่งแวดล้อม การแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลเอกชน และประชาชน จะต้องได้รับความสนใจทั้งในระดับนโยบาย ระดับการวางแผน และระดับปฏิบัติ

สอดคล้องกับ Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI เป็นกลุ่มดัชนีที่ใช้ประเมินผลการดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของบริษัทชั้นนำระดับโลกหรือกลุ่มบริษัทมหาชนที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ประเทศต่างๆ ทั่วโลกจัดทำขึ้นในปี ค.ศ. 1999 (Robecosam, 2016) โดยความร่วมมือระหว่าง Dow Jones Index และ RobecoSAM (Sustainable Asset Management) การประเมินแบ่งตามอุตสาหกรรมต่างๆ ทั่วโลก และมีการประเมินเพื่อคัดเลือก สมาชิกหรืออดีตสิทธิในทุกรอบปี การตรวจสอบประจำปีจะพิจารณาผลการ

ดำเนินงานอย่างละเอียดในด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม เป็นตัวชี้วัดที่ประเมินถึงสภาพทางการเงินโดยรวมขององค์กร ความมั่นคง ความยั่งยืน และผลตอบแทนในระยะยาวของผู้ถือหุ้น ซึ่งนักลงทุนทั่วโลกนำไปใช้เป็นตัวชี้วัดเปรียบเทียบ (Benchmark) ประกอบการตัดสินใจในการลงทุน ในขณะที่เดียวกันองค์กรที่อยู่ใน DJSI ก็สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่ดีในการดำเนินงาน การติดตามผล รวมทั้งการเปิดเผยข้อมูลตามมาตรฐานระดับสากล ถือเป็นกลุ่มดัชนีแห่งความยั่งยืนที่นักลงทุนทั่วโลกยอมรับ

เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืนมาอย่างยาวนาน โดยได้น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชบรมนาถบพิตร มาเป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 ตลอดจนเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ และกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ซึ่งผนวกเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เข้าไว้ด้วยการเกิดขึ้นของเรื่อง SDGs เริ่มขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 2012 ที่การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (United Nations Conference on Sustainable Development: UNCSDD) ณ กรุงริโอ เดอจาเนโร ประเทศบราซิล การประชุมได้ยกประเด็นการประเมินผลการพัฒนาภายใต้เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goals : 2001-2015) ขึ้นมาและพบว่าหลายเป้าหมายยังไม่บรรลุ ขณะเดียวกันความท้าทายใหม่ๆ ของโลกเริ่มทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะปัญหาและผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) การเพิ่มขึ้นของประชากรที่นำมาซึ่งแรงกดดันต่อการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและความมั่นคงทางอาหาร ความเหลื่อมล้ำทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองที่รุนแรงขึ้นทั้งในระดับระหว่างประเทศและภายในประเทศ โดยในที่ประชุมเสนอให้เริ่มกระบวนการร่างเป้าหมายการพัฒนาหลังปี 2015 (Post-2015 Agenda) กระบวนการนี้นับเป็นการสร้างการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงจากคนทุกระดับ ตั้งแต่ระดับนานาชาติไปจนถึงระดับประชาชน ในช่วงปี 2012 - 2015 มีประชากรทั่วโลกกว่า ๘.๕ ล้านคนมีส่วนร่วมกับการบริหารจัดการเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน สำหรับประเทศไทย สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ภายใต้โครงการ Social Watch เป็นผู้รับผิดชอบในการสร้างการมีส่วนร่วมในประเทศไทย

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เป็นชุดเป้าหมายพัฒนาระดับโลกที่ได้รับการรับรองจาก ๑๙๓ ประเทศสมาชิกองค์การสหประชาชาติ และเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี ค.ศ.2016 จนถึง ค.ศ.2030 เอกสารที่ประเทศสมาชิกให้การรับรองเรียกว่า วาระการพัฒนา 2030 ฉะนั้นในบางโอกาส SDGs อาจถูกเรียกด้วยคำว่า Agenda 2030 หรือ Global Goals ก็ได้ โดยเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนมีทั้งหมด ๑๗ เป้าหมาย ภายใต้เป้าหมายหนึ่งๆ จะมีเป้าหมายย่อยๆ เรียกว่า เป้าประสงค์

(Targets) มีจำนวนทั้งสิ้น ๑๖๙ เป้าประสงค์ และเพื่อให้ทราบถึงความก้าวหน้าในการบรรลุเป้าประสงค์ต่างๆ จะมีตัวชี้วัด (Indicators) จำนวน ๒๓๒ ตัวชี้วัด ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อติดตามความก้าวหน้าของเป้าประสงค์นั้นๆ

โดย SDGs ทั้ง ๑๗ เป้าหมาย สามารถแบ่งออกได้ ๔ ด้าน ได้แก่ ด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และความร่วมมือการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังตารางที่ ๒-๔

ตารางที่ ๒-๔ เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs ๑๗ เป้าหมาย

ด้าน	เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs
สังคม	เป้าหมายที่ ๑ : ขจัดความยากจน
	เป้าหมายที่ ๒ : ขจัดความหิวโหย
	เป้าหมายที่ ๓ : การมีสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี
	เป้าหมายที่ ๔ : การศึกษาที่เท่าเทียม
	เป้าหมายที่ ๕ : ความเท่าเทียมทางเพศ
	เป้าหมายที่ ๑๐ : ลดความเหลื่อมล้ำ ไม่เท่าเทียม
	เป้าหมายที่ ๑๑ : เมืองและถิ่นฐานมนุษย์อย่างยั่งยืน
	เป้าหมายที่ ๑๖ : สังคมสงบสุข ยุติธรรม ไม่แบ่งแยก
เศรษฐกิจ	เป้าหมายที่ ๗ : พลังงานสะอาดที่ทุกคนเข้าถึงได้
	เป้าหมายที่ ๘ : การจ้างงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ
	เป้าหมายที่ ๙ : อุตสาหกรรม นวัตกรรม โครงสร้างพื้นฐาน
	เป้าหมายที่ ๑๑ : เมืองและถิ่นฐานมนุษย์อย่างยั่งยืน
สิ่งแวดล้อม	เป้าหมายที่ ๖ : การจัดการน้ำและสุขาภิบาล
	เป้าหมายที่ ๑๒ : แผนการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน
	เป้าหมายที่ ๑๓ : การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
	เป้าหมายที่ ๑๔ : การใช้ประโยชน์จากมหาสมุทรและทรัพยากรทางทะเล
	เป้าหมายที่ ๑๕ : การใช้ประโยชน์จากระบบนิเวศทางบก
ด้านความร่วมมือการพัฒนาที่ยั่งยืน	เป้าหมายที่ ๑๗ : ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

การตอบสนองต่อเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนในประเทศต่างๆ

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (๒๕๕๙) ได้ศึกษาเป้าหมายของการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ เพื่อวิเคราะห์ยุทธศาสตร์และกลไกของการพัฒนาความยั่งยืนในประเทศต่างๆ ซึ่งในบทความวิจัยได้ระบุว่า นโยบายการพัฒนาความยั่งยืนได้สร้างความตื่นตัวให้กับสังคมระหว่างประเทศในวงกว้าง โดยภาพรวมของแผนการดำเนินงานเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืนของกลุ่มประเทศต่างๆ ทั่วโลก สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเทศในทวีปแอฟริกา ได้ให้ความสำคัญกับนโยบายด้านการพัฒนาขององค์กรสหประชาชาติมาอย่างต่อเนื่อง ที่ผ่านมามีประเทศในทวีปแอฟริกาได้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ ในประเด็นการให้การศึกษาขั้นพื้นฐานแก่เด็กและประเด็นการต่อสู้กับโรคเอดส์และสวัสดิการให้ความช่วยเหลือต่อผู้ติดเชื้อ HIV อย่างไรก็ตามประเทศในทวีปแอฟริกาเป็นประเทศด้อยพัฒนาและยังขาดศักยภาพในการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษในทุกประเด็น (United Nations, 2013) สำหรับการดำเนินการตามเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประเทศในทวีปแอฟริกาได้ร่วมมือกับหน่วยงานระหว่างประเทศและองค์กรระดับภูมิภาค ได้แก่ African Union Commission (AUC), United Nations Economic Commission for Africa (UNECA), African Development Bank (AfDB) และ United Nations Development Programme (UNDP) โดยได้มีการหารืออย่างต่อเนื่องและได้กำหนดนโยบายร่วมกันสำหรับวาระการพัฒนาหลังปี ค.ศ.2015 หรือ “African Common Position on the Post - 2015 Agenda” (African Union, 2014) แผนนโยบายร่วมกันนี้ได้กำหนดกรอบการดำเนินงานเพื่อมุ่งเน้นความร่วมมือระดับภูมิภาค โดยได้ให้ความสำคัญใน ๖ ประเด็น ได้แก่

๑. การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างมีระบบโดยลดความเหลื่อมล้ำและให้ประชากรทุกภาคส่วน ได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นที่โอกาสในการสร้างงาน ลดความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำ ให้ความสำคัญต่อการเกษตรกรรมอย่างยั่งยืนและมีอาหารการกินที่เพียงพอการเสริมสร้างศักยภาพทางการอุตสาหกรรมและการบริการ และการพัฒนาสาธารณสุขขั้นพื้นฐาน

๒. การพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยเน้นการค้นคว้าเพื่อเพิ่มศักยภาพทางเทคโนโลยี รวมถึงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อเพิ่มพูนทักษะและความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

๓. การให้ความสำคัญของมนุษย์ในฐานะเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยเน้นการลดปัญหาความยากจน การพัฒนาการศึกษา ความเท่าเทียมกันทางเพศและการส่งเสริมบทบาทของสตรี การให้สวัสดิการ และความช่วยเหลือโดยคำนึงถึงคนทุกกลุ่มในสังคมไม่ว่าจะเป็นเด็กหรือผู้สูงอายุ รวมถึงผู้อพยพ

๔. การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนรวมถึงการมีมาตรการตอบสนองต่อภัยพิบัติธรรมชาติ โดยคำนึงถึงการสงวนรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางพันธุกรรม การเข้าถึงทรัพยากรน้ำของทุกกลุ่มชน การมีมาตรการรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสภาพและภูมิศาสตร์ และการบริหารความเสี่ยงในการเกิดภัยพิบัติธรรมชาติ

๕. สันติภาพและความมั่นคง โดยเน้นถึงการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุของความขัดแย้ง เช่น การลดปัญหาความไม่เท่าเทียมกันโดยเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วนตามวิถีประชาธิปไตย และการพัฒนาความร่วมมือเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยตามแนวชายแดน

๖. การแสวงหาแหล่งเงินทุนและความร่วมมือทางการเงินรวมถึงหุ้นส่วนในการพัฒนา อาทิเช่น การมีกลไกในการเก็บภาษีอย่างเป็นระบบและการใช้จ่ายเงินของรัฐเพื่อการพัฒนาอย่างคุ้มค่า การได้รับความสนับสนุนจากต่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม ประเทศต่างๆ ในทวีปแอฟริกายังเผชิญกับอุปสรรคที่สำคัญต่อการพัฒนา ทั้งทางด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจโดยหลายประเทศในทวีปแอฟริกายังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญโดยเฉพาะถ่านหินและแร่ธาตุนอกจากนั้นผลิตผลจากประเทศในทวีปแอฟริกา นั้นยังไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเท่าที่ควร ในด้านสภาพภูมิศาสตร์และสภาพแวดล้อมเห็นได้ว่าพื้นดินส่วนใหญ่ในทวีปแอฟริกาเป็นทะเลทรายหรือมีความแห้งแล้งไม่อำนวยประโยชน์ต่อการเกษตรกรรมซึ่งจะนำไปสู่ปัญหาการขาดแคลนอาหารตามมา ทั้งนี้ประเทศในทวีปแอฟริกาต้องรีบพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยี รวมถึงต้องให้ความสำคัญต่อการสร้างงานโดยอาจเน้นการลงทุนทั้งจากในประเทศเองหรือจากต่างประเทศ และต้องมีการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน

กลุ่มประเทศอาหรับ ได้ให้ความสำคัญต่อนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรสหประชาชาติ โดยได้กำหนด Arab Institutional Framework for Sustainable Development ซึ่งแผนปฏิบัติงานนี้เป็นผลจากการประชุมหารือร่วมกันระหว่างประเทศในภูมิภาค, และองค์กรระหว่างประเทศ ได้แก่ UN Economic and Social Commission for Western Asia (ESCWA) UN Environment Programme (UNEP) และ Technical Secretariat of the Council of Arab Ministers Responsible for the Environment (CAMRE) ได้จัดขึ้นหลายครั้งตั้งแต่ต้นปี ค.ศ.2016 โดยแผนปฏิบัติงานดังกล่าวได้ครอบคลุมถึงประเด็นการทำงานร่วมกันรวมถึงการติดตามผล โดยที่ประชุมได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นการส่งต่อและถ่ายทอดเทคโนโลยีโดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์ การใช้พลังงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการจัดการและการเข้าถึงทรัพยากรในขณะที่มีความขัดแย้ง รวมถึง การรับมือต่อภัยพิบัติธรรมชาติ (International Institute for Sustainable Development [IISD], 2016)

สำหรับเป้าหมายการพัฒนา MDGs ที่ผ่านมา ประเทศในภูมิภาคอาหรับได้บรรลุเป้าหมายหลายประการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นสุขภาพและการศึกษา หลายประเทศในภูมิภาคนี้เคยมีระบบสวัสดิการที่ดีและเคยมีระบบการคุ้มครองแรงงานที่เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ในระยะหลังหลายประเทศในภูมิภาคได้ประสบปัญหาความขัดแย้งทางการเมือง จนทำให้ระบบสวัสดิการต่างๆไม่สามารถดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง จากรายงานขององค์กรสหประชาชาติ ประเด็นที่ถือเป็นความเร่งด่วนของภูมิภาคนี้ ได้แก่ การเคารพสิทธิมนุษยชน สร้างเสริมหลักธรรมาภิบาลและเคารพในหลักการประชาธิปไตย พัฒนาศักยภาพมนุษย์ ให้มีความสำคัญต่อสวัสดิการและการพัฒนาเยาวชน การสร้างงานและการมีสวัสดิการสังคมที่เหมาะสม มีความร่วมมือระดับภูมิภาคที่เข้มแข็ง และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

ภูมิภาคละตินอเมริกาและแคริบเบียน เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้มีขึ้นในกลุ่มประเทศละตินอเมริกาและแคริบเบียน โดยมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเห็นได้ว่าตลอดระยะเวลา ๑๐ ปี ที่ผ่านมา กลุ่มประเทศเหล่านี้ได้มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตยและได้มีการลดปัญหาความยากจนลงอย่างมาก ที่ผ่านมากลุ่มประเทศนี้ได้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษอย่างเป็นที่น่าพอใจในหลายประการ อาทิ การลดปัญหาความยากจน การลดปัญหาการขาดแคลนอาหารและการเสียชีวิตในวัยเด็ก ประเทศต่างๆ ในกลุ่มนี้ได้ประสบความสำเร็จด้านการให้การศึกษาขั้นพื้นฐาน นอกจากนี้ ประเทศในภูมิภาคนี้ได้มีการพัฒนาทางอุตสาหกรรมและการสวัสดิการสังคมอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ประเทศในกลุ่มนี้ยังประสบปัญหาการเข้าถึงทรัพยากรน้ำของประชาชนในบางพื้นที่ นอกจากนี้ ยังมีปัญหาการตัดไม้และการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ

คณะกรรมการเศรษฐกิจแห่งละตินอเมริกาและแคริบเบียน (Economic Commission for Latin America and the Caribbean หรือ ECLAC) ได้มีข้อเสนอแนะสำหรับการตอบสนองเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ ๖ ประการ ได้แก่ (๑) การเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาค (South-South Cooperation) (๒) การกำหนดให้มีการยอมรับหลักการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยเฉพาะการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างเหมาะสมโดยให้กำหนดไว้ในนโยบายของแต่ละประเทศ (๓) การลดปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคม (๔) การเสริมสร้างโอกาสในการทำงาน (๕) การแก้ปัญหาความยากจนและความหิวโหยที่ยังมีอยู่ในบางกลุ่มชน และ (๖) มีการให้สวัสดิการสังคมที่เหมาะสม

กลุ่ม ๗๗ (G77) ไม่ใช่การรวมกลุ่มทางภูมิศาสตร์ แต่เป็นการรวมกลุ่มของประเทศที่กำลังพัฒนา ๗๗ ประเทศ รวมทั้งประเทศจีน โดยในปี ค.ศ. 2016 นี้ ประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็นเจ้าภาพต่อจากสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ กลุ่ม ๗๗ นี้มีความตื่นตัวต่อนโยบายการพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นอย่างมาก โดยกลุ่ม ๗๗ นี้มีบทบาทในการเข้าร่วมเจรจาจัดทำ SDGs อย่างแข็งขันมาโดยตลอด

ในปี ค.ศ.2016 กลุ่ม ๗๗ ภายใต้การเป็นเจ้าภาพของประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยได้กำหนดกรอบการทำงาน “From Vision to Action: Inclusive Partnership for Sustainable Development” โดยประเทศไทยในฐานะเจ้าภาพได้มีนโยบายในการผลักดันการดำเนินงานภายใต้เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ๔ ประการ ได้แก่

๑. เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน โดยจะเน้นการนำแนวทางปฏิบัติที่ดี หรือ Good practices มาเป็นตัวอย่างในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนซึ่งรวมถึงหลักการเศรษฐกิจพอเพียง

๒. เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศกำลังพัฒนา (South-South Cooperation) โดยการแบ่งปันประสบการณ์และศึกษาอุปสรรคที่ประเทศกำลังพัฒนาเผชิญร่วมกัน

๓. เน้นให้มีมาตรการรองรับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางภูมิศาสตร์และการรับมือกับปัญหาภัยพิบัติธรรมชาติ โดยคำนึงถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละประเทศ

๔. เน้นการประสานงานและความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศต่าง ๆ ภายในกลุ่ม ๗๗ **สรุปความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ กับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals: SDGs) ๑๗ เป้าหมาย**

ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี จัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาประเทศให้ปรับตัวได้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงต่างๆ เป็นการวางแผนระยะยาว เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาประเทศในภาพรวมให้เหมาะสมและเท่าทันการเปลี่ยนแปลงทั้ง ๖ ยุทธศาสตร์หลัก เพื่อตอบโจทย์การพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ จะสอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ในลักษณะของการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ ระยะยาวลงสู่การปฏิบัติในช่วงเวลา ๕ ปี และยังคงสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ตามที่องค์กรสหประชาชาติ (The United Nations: UN) ได้กำหนดไว้ด้วย โดยความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ กับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals: SDGs) ๑๗ เป้าหมาย ดังตารางที่ ๒-๕

ตารางที่ ๒-๕ ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ กับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals: SDGs) ๑๗ เป้าหมาย

	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒	เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก (Sustainable Development Goals: SDGs)																
		๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙	๑๐	๑๑	๑๒	๑๓	๑๔	๑๕	๑๖	๑๗
๒๐๓๕ ประเทศไทย	๑. การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์		■	■	■													
	๒. การสร้างความเป็นธรรม ลดความเหลื่อมล้ำในสังคม	■				■					■							■
	๓. การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน		■					■	■	■		■						
	๔. การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน						■						■	■	■	■		
	๕. การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติเพื่อการพัฒนาประเทศ																	■
	๖. การบริหารจัดการในภาครัฐการป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย																	■
๒๐๖๐ ประเทศไทย	๗. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์						■	■		■		■						
	๘. การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีวิจัยและนวัตกรรม									■								
	๙. การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ											■						
	๑๐. ความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี																	

๓. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

วรรณิ์ ชลนภาสฤติย (๒๕๕๒) ได้ศึกษาความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจเอสเอ็มอี กรณีศึกษาธุรกิจขนมหวาน จังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่งเสริมความสำเร็จอย่างยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจขนมหวานในจังหวัดเพชรบุรี รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน ๕ ราย ที่เป็นเจ้าของประกอบการธุรกิจขนมหวานในจังหวัดเพชรบุรี โดยทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ที่ดำเนินธุรกิจมานานกว่า ๑๐ ปี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งเสริมความสำเร็จอย่างยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจขนมหวานในจังหวัดเพชรบุรี คือ การจัดการที่มีประสิทธิภาพในหน้าที่หลัก ๖ ด้าน ได้แก่ ๑) การจัดการการผลิต ขนมหอมแกลงเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่เน้นการผลิตโดยใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูงมาจากแหล่งเฉพาะ และการผลิตผวนกระบวนการที่เน้นความสะอาดช่วยให้ขนมมีอายุยาวขึ้น โดยไม่ต้องใส่สารกันบูด ๒) การจัดการการตลาด ทูกรานขายขนมมากหลายสิบชนิดแต่ขนมหอมแกลงจะเป็นภาพลักษณ์ของร้านขายขนมหวานที่ใช้ชื่อของผู้ก่อตั้งธุรกิจที่ขึ้นต้นว่า “แม่” เป็นสวนใหญ่และภาพของบุคคลดังกล่าว คือโลโก้ที่ถูกจดจำเป็นแบรนด์ของสินค้าขนมหอมแกลงให้กำไรน้อยแต่เป็นผลิตภัณฑ์หลักที่จูงใจลูกค้าเขาร้านและซื้อสินค้าอื่นที่ให้กำไรสูง ทูกรานไม่ส่งเสริมการขายโดยการโฆษณา นิยมให้ของแถมเป็นขนมอื่นที่มีไซ้ขนมหอมแกลงเมื่อซื้อสินค้ามูลค่าสูง ๓) การจัดการการเงิน และการบัญชีทูกรานจะมีโครงสร้างเงินทุนที่ปลอดภัยไม่มีเครดิต การจัดการเงินทุนหมุนเวียนนั้น ทูกรานสามารถจัดการกับระยะเวลาการได้สินค้าหรือสั้่นกวาระยะเวลาการปล่อยสินค้า การทำบัญชีจะใช้บริการจากภายนอกเสียภาษีในระบบเหมาจ่าย พอใจกับผลตอบแทนและการได้จับเงินทุกวัน เพราะการขายหน้าร้านเป็นเงินสด ๔) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ทูกรานจะใช้คนในพื้นที่ลูกจ้างที่อยู่มานานจะได้รับความไว้วางใจสอนงานจนสามารถทำแทนเจ้าของได้ อยู่รวมกันมีลักษณะเหมือนญาติ ๕) การวิจัยและพัฒนา ตัวผลิตภัณฑ์จะถูกพัฒนาไปบ้างตามกระแสสังคม เช่นเดียวกับบรรจุภัณฑ์แต่ไม่รวดเร็วมาก ๖) คุณธรรมจริยธรรม ผู้ประกอบการร้านขนมหวานทูกราน เป็นผู้ที่มีคุณธรรมจริยธรรมสูง ยึดหลักความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าซึ่งถูกถ่ายทอดและถือปฏิบัติอย่างหนักแน่นตลอดมา เช่นเดียวกับการให้บริการแก่สังคมและการไม่เอาเปรียบลูกจ้างไม่ปลดหรือไม่ให้ออกเมื่อกิจการจะได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

สุมาลี สันติพลวุฒิ และคณะ (๒๕๔๕) ได้ศึกษาแนวทางในการวางแผนชุมชนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยให้ความหมายไว้ว่า “ชุมชนยั่งยืน คือ ชุมชนที่ประชาชนภายในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีเพราะชุมชนมีความเข้มแข็ง” ดังนั้นการพัฒนาชุมชนยั่งยืนจึง หมายถึง การพัฒนาชุมชนหรือการพัฒนาทางสังคมที่มุ่งเน้นการปรับปรุงคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น เพื่อให้ปลอดภัยจากความยากจน ความไม่รู้ ความเจ็บป่วยเพราะความหวาดโหดตลอดจนให้ประชาชนได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี ทั้งจากการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิตประจำวัน ในขณะที่เดียวกันชุมชนที่ประชาชนอาศัยอยู่นั้น

จะต้องเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งซึ่งหมายถึงชุมชนที่มีความพร้อมในปัจจุบันที่จะส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน มีการเปลี่ยนแปลง มีองค์กรสนับสนุน ในชุมชนมีการสื่อสารการเรียนรู้ และมีศักยภาพที่พึ่งตนเองได้

ลักษณาวดี บุญยະศิรินันท์ (๒๕๕๘) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อเข้าสู่ธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้องค์กรพัฒนาสู่องค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (๒) ศึกษาคุณลักษณะส่วนบุคคลของบุคลากรในองค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (๓) ศึกษาแนวทางการปฏิบัติการของพนักงานขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่องค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (๔) ศึกษาแนวทางการปฏิบัติการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่องค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน จากกลุ่มตัวอย่างพนักงานบริษัทที่มีชื่อเสียงด้านธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ๔๐๐ คน ผลการศึกษาพบว่า การปฏิบัติของบุคลากรตามหลักการอุปนิสัยสีเขียว (7 R's) ในองค์กรเพื่อการพัฒนาสู่องค์กรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญ การคิดก่อนใช้ (Rethink) การลดการใช้ (Reduce) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) การนำไปผ่านกระบวนการเพื่อมาใช้ใหม่ (Recycle) การสร้างทดแทน (Return) อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่ทำให้องค์กรเข้าสู่องค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญทุกปัจจัยในระดับมาก ด้านกระบวนการขององค์กรเพื่อพัฒนาสู่องค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ด้านการปฏิบัติขององค์กรเกี่ยวกับการตลาด และด้านการปฏิบัติขององค์กรเกี่ยวกับธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญทุกปัจจัยในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ พบว่า ด้านการปฏิบัติขององค์กรด้านการตลาดเพื่อนำไปสู่กระบวนการพัฒนาธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และด้านการปฏิบัติขององค์กรเกี่ยวกับธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่กระบวนการพัฒนาธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถเขียนความสัมพันธ์อยู่ในรูปแบบของ 7 R's และปัจจัยที่ทำให้องค์กรเข้าสู่องค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ศรินทร์ ชันติวัฒน์กุล (๒๕๕๘) ได้ศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักรเพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานปัญหาการตลาดของกลุ่มอาชีพ วิเคราะห์หาความแตกต่างของปัญหาตลาดจำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือสมาชิกของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักร จำนวน ๑๑๙ คน ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับมีปัญหาหนัก ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ แนวทางการพัฒนาการตลาด ด้านราคา ควรมีการประชุมกลุ่มอาชีพที่มีการผลิตสินค้าแบบเดียวกัน เพื่อทำการตกลงราคาขายสินค้า นอกจากนี้ควรทำการปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อให้ต้นทุนสินค้าลดลง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรหารถรับจ้างหรือมอเตอร์ไซด์รับจ้างในการส่งสินค้าไปยังสถานที่ขายสินค้า ใช้การส่ง

สินค้าทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้าในต่างจังหวัดและนำสินค้าไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่างๆ สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มอาชีพควรได้รับการอบรมความรู้ด้านการขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต และวิธีการสร้างเว็บไซต์ นอกจากนี้ควรมีการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างเครือข่ายขึ้น

ผ่องใส เพ็ชรรักษ์ และศิริรัตน์ แจ่มรักษ์สกุล (๒๕๕๘) ได้ศึกษาการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์รถยนต์นั่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในปัจจุบันของผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในห่วงโซ่อุปทานของรถยนต์นั่ง และหากกลุ่มปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในห่วงโซ่อุปทานของรถยนต์นั่ง โดยศึกษากับอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งเก็บข้อมูลกับผู้บริหารของสถานประกอบการ จำนวน ๑๙๓ ราย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ได้แก่ (๑) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เป็นมิติด้านการใช้ประโยชน์ของทรัพยากร ด้านการปลดปล่อยมลพิษและของเสีย (๒) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เป็นมิติด้านต้นทุน ด้านความยืดหยุ่นของผลิตภัณฑ์และกระบวนการ ด้านการปฏิบัติการส่งมอบ มิติด้านเวลาการส่งมอบและมิติด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และ (๓) ปัจจัยด้านสังคม เป็นมิติด้านพนักงาน

Carter and Liane (2016) ได้ศึกษาการจัดการความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นระบบจากบทความวิจัยที่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลา ๒๐ ปีที่ผ่านมา โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ผลการศึกษาพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ผ่านมุมมองด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งส่วนใหญ่พูดถึงถึงทฤษฎี Triple Bottom Line ซึ่งเป็นแนวคิดของ John Elkington (1998) โดยชี้ให้เห็นว่าธุรกิจจะเติบโตอย่างยั่งยืนได้นั้น จะต้องเติบโตอย่างสมดุลทั้ง ๓ ด้าน คือ People Planet และ Profit ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับการมองคุณค่าและประเมินความสำเร็จองค์กรอย่างสมดุล รวมถึงดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใส มีธรรมาภิบาล ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถประเมินความเสี่ยงและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างครบถ้วน อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กร

Hák, Janousková and Moldan (2016) ได้ศึกษาเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยศึกษาเกี่ยวกับตัวชี้วัดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาความยั่งยืนเป็นการสร้างความสมดุลใน ๓ มิติ คือ (๑) การสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (๒) ความสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม และ (๓) ความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม ซึ่งทั้ง ๓ มิติต้องมีความสัมพันธ์กัน โดยตัวชี้วัดด้านสิ่งแวดล้อมจะมีความสำคัญมากที่สุด ซึ่งเป็นมิติหลักที่ถูกสร้างขึ้นจากแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยคำนึงถึงมิติสังคมและเศรษฐกิจร่วมด้วย ซึ่งจะนำไปสู่การวางแผนการพัฒนาต่างๆ ต่อไป

Evers (2018) ได้ศึกษาเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน ผ่านกรณีศึกษาบริษัทกาแฟโคลัมเบีย โดยมีการศึกษาถึงแนวความคิดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการที่ช่วยให้เกิดการพัฒนามนุษย์

ในขณะที่ยังคงรักษาความสมดุลของธรรมชาติ เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นแนวคิดสำคัญของบริษัทข้ามชาติ ซึ่งเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนดังกล่าวเน้นทำให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนามนุษย์ ในขณะที่เดียวกันก็ยังคงรักษาความสมดุล ๓ ประการของธุรกิจ ได้แก่ ระบบนิเวศทางธรรมชาติ ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และความเป็นอยู่ที่ดีของสังคม

Mensah (2019) ได้ศึกษาเรื่องความหมาย ที่มาของการพัฒนาความยั่งยืน รวมถึงการนำแนวคิดนี้ไปประยุกต์ มีการศึกษาผ่านการทบทวนวรรณกรรมและใช้วิธีการวิเคราะห์ห่อภิมาณ (Meta-Analysis) ร่วมกับวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา โดยผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาความยั่งยืนมีความเชื่อมโยงกับ ๓ มิติหลัก คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผู้ที่ตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันของทั้ง ๓ มิติแบบองค์รวม ไม่มองแยกส่วนกัน เพราะทั้ง ๓ มิติ นี้จะช่วยสร้างความมั่นใจและแสดงความรับผิดชอบต่อทั้งในระดับชาติและชุมชน

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

แบ่งการนำเสนอออกเป็น ๓ ส่วน คือ ๑. ความเป็นมาของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ๒. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ๓. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน มีรายละเอียดดังนี้

๑. ความเป็นมาของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การจัดการห่วงโซ่อุปทานมีต้นกำเนิดเพื่อการสนับสนุนภารกิจในการสงครามและมีการพัฒนาวิธีการอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งได้นำมาประยุกต์ใช้กับภาคธุรกิจในยุคสงครามเย็น ซึ่งเป็นยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมเรื่อยมา ในศตวรรษที่ ๑๘ การปฏิวัติทางอุตสาหกรรมในยุโรปได้ปรับเปลี่ยนจากการค้าพาณิชยกรรม (Mercantilism) ทำให้เศรษฐกิจมีการขยายตัว ส่งผลให้มีความต้องการวัตถุดิบราคาถูกลงและการขยายตลาดในการระบายสินค้าทำให้พัฒนามาสู่รูปแบบการค้าแบบทุนนิยม (Capitalism) ซึ่งเน้นการแข่งขันและการค้าเสรี (Liberalism) ทำให้มีการขยายตัวทางการค้าแบบผูกขาดโดยบริษัทข้ามชาติ จึงเปรียบได้กับยุคล่าอาณานิคมทางเศรษฐกิจอันเกิดจากความต้องการวัตถุดิบราคาถูกลงจากประเทศในโลกที่สาม ซึ่งมีระบบการจัดการด้านการขนส่งและการจัดการที่เกี่ยวข้องกับวัตถุดิบและสินค้าจากต้นน้ำ (Place of Source Original) ไปสู่ปลายทาง (Place of Customer Origin) (ฐาปนา บุญหล้า, ๒๕๕๑)

การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมในการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ มีค่านิยมและการประยุกต์ใช้การจัดการห่วงโซ่อุปทานมากมายในระยะหลายปีที่ผ่านมา ดังนั้นการพัฒนาการจัดการห่วงโซ่อุปทานจะต้องพิจารณาถึงพื้นฐานของแนวคิดในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การรวมตัวกัน (Formation) เป็นโครงข่ายการจัดหาวัตถุดิบแบบบูรณาการ (Integrated Supply

Network) ขององค์กรหรือบริษัทต่างๆ ที่มีส่วนสนับสนุนในการจัดหาและการผลิตชิ้นส่วนและวัตถุดิบ ในกระบวนการสร้างคุณค่า (Value Creation Process) ให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดส่งให้ถึงมือลูกค้าซึ่งจะเป็นสิ่งที่สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (ธเนศ เมฆฉาย, ๒๕๔๖)

วิวัฒนาการทางกระบวนการธุรกิจจากอดีตสู่ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดจากการผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass Production) ซึ่งอดีตความต้องการของลูกค้าและตลาดมีไม่มาก และไม่มี การเปลี่ยนแปลงมากนัก จนมาสู่ยุคปัจจุบันเปลี่ยนแปลงเป็นการผลิตแบบเฉพาะกลุ่ม (Mass Customization) ที่ต้องการการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจหรือห่วงโซ่อุปทานอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นการพัฒนาของการจัดการห่วงโซ่อุปทานสามารถระบุได้ จากความสามารถในการปรับกระบวนการธุรกิจที่เชื่อมโยงกันอยู่ในห่วงโซ่อุปทาน หรือที่เรียกว่า การบูรณาการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Integration) การพัฒนาระดับของการบูรณาการห่วง โซ่อุปทานจะเป็นสิ่งที่บ่งชี้ความสามารถเชิงการแข่งขันที่มากขึ้น จนถึงจุดที่เหมาะสมที่สุดในระบบ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยสมาชิกในห่วงโซ่อุปทานจะมีลักษณะการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด (Collaboration) และองค์กรมีการทำงานในลักษณะเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alliance) กันมากขึ้น โดยระดับของการบูรณาการของห่วงโซ่อุปทาน มี ๔ ระดับ ดังนี้

ระดับที่ ๑ การแบ่งปันและใช้ข้อมูลร่วมกัน (Information Sharing) ระหว่างสมาชิกใน ห่วงโซ่อุปทาน เช่น ข้อมูลอุปสงค์ ข้อมูลตารางการผลิต

ระดับที่ ๒ การแลกเปลี่ยนการตัดสินใจ (Exchanging Decision) ระหว่างสมาชิกในห่วง โซ่อุปทาน เช่น การอนุญาตให้ผู้ขายวัตถุดิบช่วยในการตัดสินใจจัดเก็บวัตถุดิบ

ระดับที่ ๓ การแลกเปลี่ยนงานหรือการจัดจ้างจากภายนอก (Outsourcing) ระหว่าง สมาชิกในห่วงโซ่อุปทาน โดยทางบริษัทหรือองค์กรให้ทางผู้จัดจำหน่ายสามารถทำการประกอบ ชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้าหรือมีการรับเหมาช่วงการผลิต (Subcontracting)

ระดับที่ ๔ การแบ่งปันความเสี่ยงและผลประโยชน์ (Strategic Alliance) ระหว่าง สมาชิกในห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นระดับที่มีความเป็นหุ้นส่วนสูงสุด

ดังนั้น การจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเป็นการสร้าง ความได้เปรียบในการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจผ่านการใช้ฐานข้อมูลฐาน เดียวกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าคนสุดท้าย

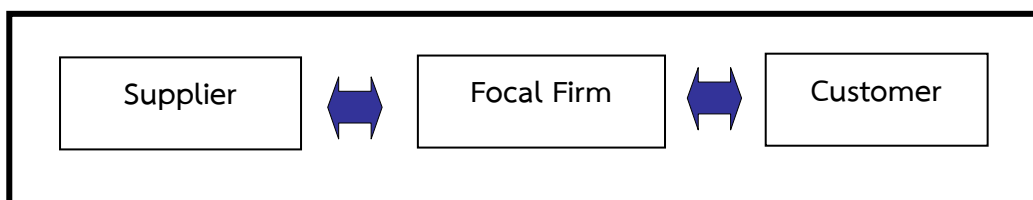
๒. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นแนวคิดใหม่ที่ได้รับการนิยามในการจัดการธุรกิจสมัยใหม่ มีคำนิยามและการประยุกต์ใช้การจัดการห่วงโซ่อุปทานมากมายในระยะหลายปีที่ผ่านมา ดังนั้นการ พัฒนาการจัดการห่วงโซ่อุปทานจะต้องพิจารณาถึงพื้นฐานของแนวคิดในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ความหมายของคำว่า “การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)” มีนักวิชาการ

หลายท่านได้ให้คำนิยามไว้หลายแนวทาง แต่คำนิยามที่ได้รับความนิยมและถูกนำมาใช้อ้างอิงบ่อยครั้งเป็นคำนิยามของ Mentzer et al. (2001) ที่กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ ความสัมพันธ์กันในเชิงระบบ ซึ่งเกิดจากการสร้างยุทธศาสตร์ความร่วมมือกันระหว่างองค์กรธุรกิจที่มีหน้าที่ต่างๆ และสร้างกลยุทธ์ระหว่างธุรกิจเหล่านี้ให้มีขึ้น อันจะเป็นการปรับปรุงผลการดำเนินงานของแต่ละองค์กรในระยะยาวให้ดีขึ้นทั่วทั้งห่วงโซ่อุปทาน โดยการจัดการห่วงโซ่อุปทาน แบ่งเป็น ๓ ระดับ ดังนี้

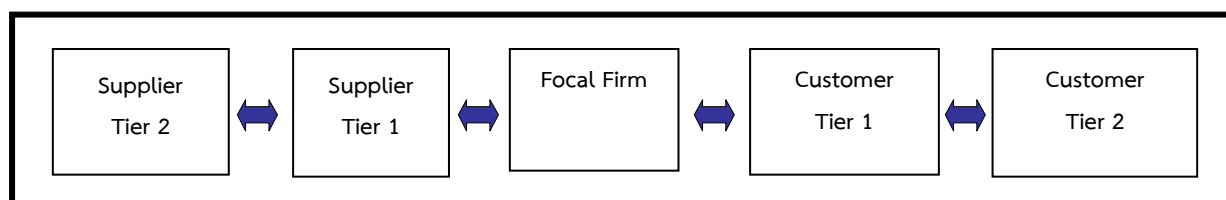
ระดับที่ ๑ : Basic/Direct Supply Chain ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มของบริษัท ๓ บริษัท หรือมากกว่าที่มีความเกี่ยวข้องกันตั้งแต่ต้นทาง (ผู้ผลิต) ไปจนถึงปลายทาง (ลูกค้า) ทั้งในส่วนของ การส่งผ่านของสินค้า บริการ การเงิน และข้อมูลทางการค้า ดังแผนภาพที่ ๒-๔

แผนภาพที่ ๒-๔ ระดับ Basic Supply Chain



ระดับที่ ๒ : Extended Supply Chain เป็นการขยาย Basic Supply Chain ให้กว้างออกไปอีกหนึ่งระดับ โดยจะมีการเพิ่มคนกลางทั้งในส่วนของผู้ผลิตและส่วนของลูกค้าขึ้นมา ซึ่งเมื่อระบบห่วงโซ่อุปทานมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้นดังเช่นในระดับที่สองนี้ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานก็จะมี ความยุ่งยากและซับซ้อนมากขึ้น เนื่องจากการไหลของข้อมูลทางการค้า (Information flow) จะต้องใช้เวลานานขึ้นในการส่งผ่านจากลูกค้า (Tier 2) ไปยังผู้ผลิต (Tier 1) และข้อมูลบางส่วนก็อาจเกิดการสูญหายหรือมีการบิดเบือนไปจากข้อมูลที่ได้รับมาจากลูกค้าโดยตรง ดังแผนภาพที่ ๒-๕

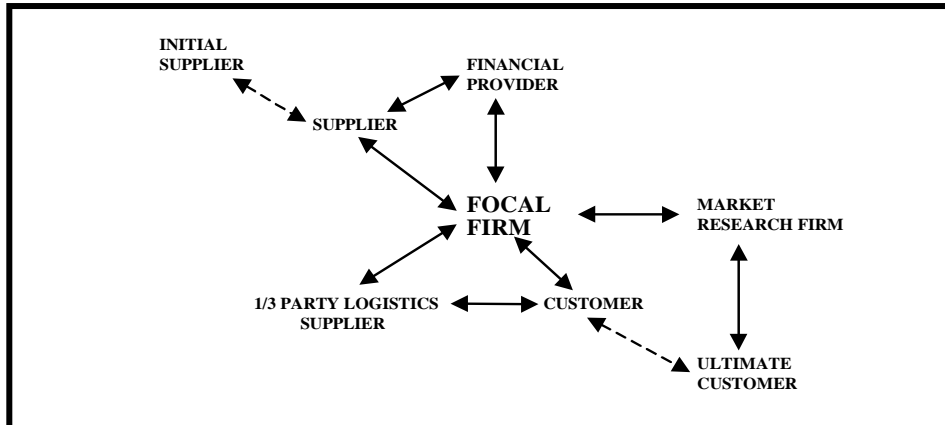
แผนภาพที่ ๒-๕ ระดับ Extended Supply Chain



ระดับที่ ๓ : Ultimate Supply Chain เป็น Supply Chain ระดับสูงสุดที่ Mentzer ได้ให้คำจำกัดความไว้ คือ เป็นกลุ่มของบริษัทที่เกี่ยวข้องกันทั้งที่อยู่ต้นทางและปลายทาง โดยการ

ส่งผ่านสินค้า/บริการ จะเริ่มต้นจากผู้ผลิตรายแรกสุด (Initial Supplier) ไปจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย (Ultimate Customer) ดังแผนภาพที่ ๒-๖

แผนภาพที่ ๒-๖ ระดับ Ultimate Supply Chain



จากคำนิยามของ Mentzer พบว่าทั้ง ๓ ระดับนั้นจะมี Focal Firm เป็นตัวกลางใน Chain นั้นๆ เสมอ โดยความหมายของ Focal Firm ก็คือ บริษัทที่อยู่ใน Supply Chain ที่มีอำนาจต่อรองสูงที่สุดใน Chain นั้นๆ และจะเห็นได้ว่ายี่งระดับของการบริหารห่วงโซ่อุปทานสูงขึ้นเท่าใด จำนวนของบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องจะมีมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งส่งผลให้การบริหารห่วงโซ่อุปทานมีความยุ่งยากมากขึ้น สำหรับในประเทศไทยส่วนใหญ่แล้วการจัดการห่วงโซ่อุปทานจะอยู่ในระดับ “Basic” และ “Extended” Supply Chain เท่านั้น ส่วนการจัดการห่วงโซ่อุปทานในระดับ “Ultimate” Supply Chain นั้น มีเพียงผู้ประกอบการที่เป็นบริษัทข้ามชาติ ซึ่งรับเอาการบริหารจัดการของบริษัทแม่จากต่างประเทศเข้ามาใช้

นอกจากนี้ยังมีคำนิยามที่ใช้กันอย่างแพร่หลายของ Stock and Lambert (2001) ที่กล่าวไว้ว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือการบูรณาการดัชนีการดำเนินงานธุรกิจจากลูกค้าคนสุดท้ายไปถึงผู้ผลิตรายแรกที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการจัดหาวัตถุดิบ สินค้า บริการ และข้อมูลทางการค้าที่ช่วยสร้างประโยชน์ส่วนเพิ่มให้แก่ลูกค้า และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบการค่านั้น โดยได้กำหนดดัชนีชี้วัดการดำเนินงาน ประกอบไปด้วยกิจกรรมทางการค้า ๘ กิจกรรม ได้แก่

๑. Customer Relationship Management
๒. Customer Service Management
๔. Demand Management
๔. Order Fulfillment
๕. Manufacturing Flow Management
๖. Supplier Relationship Management

๗. Product Development and Commercialization

๘. Return

จากคำนิยามของ Stock and Lambert (2001) จะเห็นได้ว่าความต้องการสินค้า บริการ และข้อมูลทางการค่านั้น เริ่มมาจากลูกค้าเป็นผู้ดึงให้ระบบห่วงโซ่อุปทานเกิดการผลิตสินค้า ขึ้นมา (Pull Strategy) ด้วยเหตุนี้จึงมีคำถามเกิดขึ้นว่า ในความเป็นจริงแล้วเราควรที่จะเรียกชื่อว่า “ห่วงโซ่อุปทาน” (Supply Chain) หรือควรที่จะเรียกว่า “ห่วงโซ่อุปสงค์” (Demand Chain) กันแน่ เนื่องจากความต้องการสินค้านั้นเกิดขึ้นมาจากฝั่งของลูกค้า ไม่ใช่เกิดจากความต้องการที่จะขายสินค้า ของฝ่ายผู้ผลิต

Vogt J.J. et al. (2002) กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การปฏิบัติงานในส่วนที่ เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ห่วงโซ่ของการเคลื่อนย้ายสินค้าอันจะทำให้เกิดประโยชน์ได้จริง รวมถึงการ ออกแบบความสัมพันธ์ห่วงโซ่ดังกล่าวให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดกับลูกค้าและนำไปใช้ปฏิบัติงานด้วย

Lambert et al. (2004) กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การบูรณาการของ กระบวนการทางธุรกิจที่เริ่มต้นจากผู้บริโภคชั้นสุดท้ายผ่านไปยังผู้จัดจำหน่ายชั้นแรกสุดที่ทำหน้าที่ จัดหาสินค้า บริการ และสารสนเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้บริโภค โดยครอบคลุมการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการให้บริการลูกค้า การจัดการคำสั่งซื้อและการจัดหา จัดซื้อ ฯลฯ

Handfield, Ernest and Nichols (2003) กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การ เริ่มต้นของสินค้าที่เริ่มตั้งแต่ยังเป็นวัตถุดิบ ไปยังผู้ผลิต ผู้ขนส่ง ผู้ค้าปลีกไปจนถึงผู้บริโภค หรือสาย ห่วงโซ่อุปทานในการบริหารสินค้า ซึ่งเป็นการออกแบบ การวางแผนปฏิบัติการควบคุมติดตาม กิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานโดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน และยกระดับงาน สาugelและการปรับปรุงทานให้สอดคล้องกับอุปสงค์และการวัดการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังใช้แนวทาง ที่ผสมผสานของการใช้เทคโนโลยีที่ประยุกต์วิทยาการจัดการแนวใหม่ในการร่วมมือของคู่ค้าหรือการ เป็นพันธมิตรทางธุรกิจระหว่างกัน ทั้งนี้ในอดีตจะมีการผลกระทบให้กับคู่ค้าแต่ปัจจุบันมีการร่วมมือ ทางการค้าซึ่งมีประสิทธิภาพที่รวดเร็วประหยัดต้นทุนและได้ประโยชน์ร่วมกัน

Christopher (2005) กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การจัดการความสัมพันธ์ ระหว่างต้นน้ำกับปลายน้ำ หรือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งมอบสินค้ากับลูกค้าเพื่อส่งมอบคุณค่าที่ เพิ่มขึ้นให้กับลูกค้าโดยที่มีต้นทุนของทั้งห่วงโซ่อุปทานน้อยลง

สำหรับประเทศไทย ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายความหมายของการจัดการห่วง โซ่อุปทาน ไว้ดังนี้

กมลชนก สุทธิวาทนฤพุมิ (๒๕๔๗) กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ กระบวนการ ที่กล่าวถึงกิจกรรมต่างๆ ที่แสดงถึงการวางแผนการไหลของสินค้าตั้งแต่ยังเป็นวัตถุดิบจนกระทั่ง กลายเป็นสินค้าที่ผลิตเสร็จจนถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย นอกจากนี้การจัดการห่วงโซ่อุปทานยังกล่าวถึง

การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารจากผู้บริโภคคนสุดท้ายย้อนกลับไปยังซัพพลายเออร์รายแรก ห่วงโซ่อุปทานประกอบไปด้วยขั้นตอนต่างๆ ขั้นตอนที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งไม่เพียงแต่อยู่ในส่วนของผู้ผลิตและผู้จัดส่งวัตถุดิบเท่านั้น แต่รวมถึงส่วนของผู้ขนส่ง คลังสินค้า พ่อค้าคนกลาง และลูกค้าที่เกิดขึ้นในทุกขั้นตอนต่างๆ ของห่วงโซ่อุปทาน ในการปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานนั้น จะมีผลกระทบอย่างมากต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของหน่วยธุรกิจเพราะสิ่งเหล่านั้นจะมีผลต่อทั้งการสร้างรายได้และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น การจัดการห่วงโซ่อุปทานให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องพยายามจัดการทั้งการไหลของผลิตภัณฑ์ ข้อมูล และเงินทุน ให้สามารถตอบสนองระดับความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี ในขณะที่พยายามให้เกิดค่าใช้จ่ายน้อยที่สุดและลดความสูญเสียโดยไม่จำเป็น รวมถึงการติดตาม ตรวจสอบว่าสิ่งที่วางแผนและปฏิบัติการเป็นไปตามแผนที่วางไว้

กฤษณ์ ฉันทจิรพร (๒๕๔๗) ได้มองห่วงโซ่อุปทานว่าเกี่ยวข้องโดยตรงกับกลยุทธ์ทางธุรกิจ การร่วมมือกันอย่างเป็นพันธมิตร สร้างความเป็นหุ้นส่วนทางการค้าในห่วงโซ่อุปทานร่วมกัน ร่วมกันทำงานอย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า ด้วยต้นทุนและเวลาที่ต่ำ

สาธิต พะเนียงทอง (๒๕๔๘) ได้ให้นิยามห่วงโซ่อุปทานว่า ในห่วงโซ่อุปทานหนึ่งๆ ซึ่งประกอบด้วยองค์กรต่างๆ ได้แก่ ผู้ส่งมอบวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้ให้บริการ และจัดการคลังสินค้าผู้ขนส่งสินค้า และร้านค้าปลีกจะมีวิธีการจัดการในแบบต่างๆ เพื่อให้องค์กรดังกล่าว สามารถผลิตและกระจายสินค้าให้ถูกต้องตามปริมาณ เวลา และสถานที่ เพื่อสร้างความพึงพอใจ ให้แก่ลูกค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำที่สุด

ธนิต โสรรัตน์ (๒๕๕๐) กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การนำกลยุทธ์ วิธีการ แนวปฏิบัติ หรือทฤษฎี มาประยุกต์ใช้ในการจัดการ การส่งต่อ วัตถุดิบ สินค้า หรือบริการจากหน่วยหนึ่งในห่วงโซ่ห่วงอุปทานไปยังอีกหน่วยหนึ่งอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีต้นทุนรวมในห่วงโซ่อุปทานต่ำที่สุด และได้รับวัตถุดิบ สินค้า หรือการบริการตามเวลาที่ต้องการ พร้อมกันนี้ยังมีการสร้างความร่วมมือกันในการแบ่งปันข้อมูล ข่าวสาร ไม่ว่าจะด้วยวิธีการใดก็ตาม เพื่อให้ทราบถึงความต้องการอันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการส่งต่อของวัตถุดิบ สินค้า หรือการบริการ นำไปสู่การได้รับผลประโยชน์ร่วมกันของทุกฝ่ายด้วย

พงษ์ชัย อธิคมรัตน์กุล (๒๕๔๙) กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ การบริหารแบบเชิงกลยุทธ์ ที่คำนึงถึงความเกี่ยวเนื่องหรือความสัมพันธ์กันแบบบูรณาการ ของหน่วยงานหรือแผนกในองค์กร และคู่ค้าที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็ลูกค้า (Customer) หรือผู้ส่งมอบ (Supplier) ในห่วงโซ่อุปทาน โดยมีจุดประสงค์ที่จะนำส่งสินค้า หรือบริการตามความต้องการของผู้บริโภคให้ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็เรื่องของเวลา ราคา หรือคุณภาพ โดยจะบริหารจัดการในเรื่องของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการขององค์กรและคู่ค้าอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ขจัดความล่าช้าในการทำ

ธุรกรรมต่างๆ รวมถึงขจัดปัญหาในการส่งหรือรับมอบสินค้าและบริการที่มีผลจากระบบการจัดการด้านการเงินที่ไม่มีประสิทธิภาพ โดยอาจกล่าวได้ว่าเป็นการบริหารจัดการตั้งแต่ต้นน้ำ หรือแหล่งวัตถุดิบในการผลิตชิ้นส่วนต่างๆ ป้อนเข้าโรงงานจนถึงปลายน้ำหรือมือผู้บริโภค

จากการศึกษาคำนิยามจากนักวิชาการทั้งในต่างประเทศและในประเทศไทยที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่าส่วนใหญ่เน้นการจัดการห่วงโซ่อุปทานแบบเส้นตรง (Linear) โดยให้ความสำคัญกับการจัดการด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก เช่น ลดต้นทุน สร้างรายได้ แต่สำหรับการจัดการห่วงโซ่อุปทานในบริบทของงานวิจัยนี้ การจัดการห่วงโซ่อุปทานสมัยใหม่จะเป็นลักษณะห่วงโซ่อุปทานแบบเครือข่าย (Network) ที่คำนึงถึงประเด็นความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Carter and Liane, 2016) ซึ่งสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทานจะต้องมีการร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน มีการใช้ระบบบูรณาการ และมีการพัฒนาบุคลากรและใช้ทรัพยากรร่วมกัน มีการควบคุมสินค้าคงคลังอย่างมีประสิทธิภาพประสิทธิผล ส่งผลต่อต้นทุนรวมที่ลดลง และท้ายสุดจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ผ่านมุมมองที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม นั่นคือ การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนนั่นเอง

ความสำคัญของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

สาธิต พะเนียงทอง (๒๕๔๘) กล่าวว่า หลังจากที่มีการแข่งขันทางธุรกิจได้ทวีความรุนแรงมากขึ้นในทศวรรษที่ผ่านมา ผู้บริหารก็ต่างตกอยู่ภายใต้แรงกดดันที่จะต้องทำให้องค์กรมีการบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น การแข่งขันทางธุรกิจมุ่งเน้นที่ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก การตอบสนองต่อความต้องการที่รวดเร็วทันตามความเปลี่ยนแปลงของลูกค้า และอยู่บนพื้นฐานของต้นทุนการผลิตต่ำ กำไรสูงสุด โดยผลิตในปริมาณที่พอเหมาะ ดังนั้น การนำเครื่องมือเข้ามาช่วยในการบริหารภายในองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง และเครื่องมือที่สามารถช่วยผู้ประกอบการในสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันได้เป็นอย่างดีคือ ระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นระบบการบริหารที่มีแนวคิดที่มุ่งเน้นความสอดคล้องสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง เป็นระบบการบริหารที่สนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ด้วยการบริหารจัดการให้หน่วยงานทั้งภายในและภายนอก สามารถส่งมอบสินค้าหรือชิ้นงานให้กับหน่วยงานถัดไปได้อย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งผลิตเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ส่งถึงมือลูกค้าได้ตามที่ลูกค้าต้องการ แนวคิดนี้แสดงให้เห็นว่าองค์กรไม่สามารถแข่งขันได้โดยลำพังอีกต่อไปแล้ว แต่จะต้องแข่งขันกันในรูปแบบของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) หรือการแข่งขันที่เป็นแบบเครือข่าย ซึ่งองค์กรที่จะประสบความสำเร็จจะต้องมีโครงสร้างที่เหมาะสม และสามารถสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานในเครือข่าย เพื่อเสนอสิ่งที่ดีกว่าและรวดเร็วกว่าให้กับลูกค้าของตน (ธนิต โสรัตน์, ๒๕๕๐)

ในอดีตที่ผ่านมาส่วนใหญ่องค์กรมักยึดหลักการบริหารแบบที่เน้นการปฏิบัติงานอยู่แต่ภายในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด แต่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับผู้ส่งมอบและลูกค้าเท่าใดนัก ซึ่ง

รูปแบบทางธุรกิจขององค์กรดังกล่าวเป็นลักษณะ“ซื้อขายกันเท่านั้น” คือสินค้าและบริการจะถูกซื้อ มาและขายไปใกล้ๆ ตัวในห่วงโซ่อุปทานหรือที่เรียกว่าหลักการใกล้ช่วงแขน (arm-length basis) โดย ละเลยความสัมพันธ์ระยะยาวและผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่อยู่ไกลออกไปในห่วง ห่วงโซ่อุปทาน ผลที่ได้ก็คือลูกค้าซึ่งอยู่ปลายสุดของห่วงโซ่อุปทาน ได้รับสินค้าและบริการที่มีต้นทุนสูง และคุณภาพต่ำ ขณะที่เงินทุนและทรัพยากรในการบริหารเริ่มหายากขึ้นเรื่อยๆ (Coyle, et al., 2003)

ผู้บริหารองค์กรจึงตื่นตัวและเริ่มตระหนักว่าต่อไปนี่ไม่จำเป็นที่องค์กรจะต้องทำงานทุก อย่างด้วยตนเอง บ่อยครั้งที่พบว่ามีการมีหน่วยงานอื่นนอกองค์กรที่มีทรัพยากรและเทคนิคเฉพาะที่สามารถ ทำงานเฉพาะอย่างได้ดีกว่าตนเองหรือแม้ว่าองค์กรนั้นเองจะมีทรัพยากรและเทคนิคที่สามารถทำได้ก็ ตาม แต่ก็อาจจะไม่อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสมในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) การคิดแบบนี้หนทาง ที่จะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนในยุคปัจจุบันนั้นคือการบริหารความสัมพันธ์ที่ ซับซ้อนของหลายหน่วยธุรกิจ ซึ่งแต่ละหน่วยธุรกิจก็จะเสนอขายสินค้าและบริการของตนแต่ในที่สุดก็ ต้องประกอบกันเป็นสินค้าและบริการสุดท้ายให้มีต้นทุนต่ำกว่าและมีมูลค่าเพิ่มมากกว่าให้แก่ลูกค้า โดย ปัจจัยแห่งความสำเร็จของแนวคิดนี้คือวิธีการทำให้ความสัมพันธ์ของทุกหน่วยงาน ไม่ว่าจะ เป็น พันธมิตร (Alliances) หรือผู้ส่งมอบหล่อหลอมเข้าด้วยกันเพื่อบรรลุผลประโยชน์ของทุกฝ่าย (สาธิต พะเนียงทอง, ๒๕๔๘)

อุตสาหกรรมที่สำคัญต่างๆ ในประเทศ เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนัง และรองเท้า และอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น อุตสาหกรรมเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีลักษณะเหมาะที่จะนำ ระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เข้ามาช่วยในการบริหารธุรกิจ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มี การแข่งขันอย่างรุนแรง ความต้องการสินค้าของลูกค้ามีความหลากหลาย ผลิตภัณฑ์มีวงจรชีวิตสั้น และมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จะเห็นได้ว่าการนำระบบการจัดการห่วงโซ่เข้ามาใช้ใน อุตสาหกรรมดังกล่าว ถือได้ว่าเป็นเรื่องที่ดีอย่างยิ่งที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถแข่งขันได้ใน ตลาดโลก โดยเฉพาะการแข่งขันเพื่อครองตลาดต่างประเทศให้ได้ในอนาคต ซึ่งปัจจัยหลักของ ความสำเร็จในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ สินค้าคงคลัง ต้นทุน ข้อมูล การให้บริการลูกค้า ความสัมพันธ์ที่ดีและการร่วมมือกันระหว่างคู่ค้า ปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่สำคัญในการนำมาใช้กำหนด กลยุทธ์ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Coyle et al, 2003)

ประโยชน์ของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

Lankford (2004) ได้พูดถึงประโยชน์ของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ไว้ดังนี้

๑. เพิ่มความเร็วและความว่องไวให้กับธุรกิจ (Speed and Agility) เกิดความ สะดวกรวดเร็วและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการต่างๆ ของ Supply Chain ทำให้สามารถลด ระยะเวลาในการส่งมอบสินค้า ทำให้การตลาดและการผลิตเป็นแบบ Just in Time มีผลต่อการส่ง

มอบวัตถุดิบและบริการต่างๆ ได้อย่างทันเวลา ซึ่งจะส่งผลที่ดีต่อการนำสินค้าใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด (Fast Time to Market)

๒. การลดต้นทุนของสินค้าและต้นทุนรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพิ่ม Gain & Profit ให้กับธุรกิจ เนื่องจากลดจำนวนสินค้าคงคลังทำให้ต้นทุนของการดำเนินธุรกิจในกระบวนการ Supply Chain มีต้นทุนโดยรวมลดลง เช่น ต้นทุนการขนส่ง ต้นทุนการเก็บสินค้า ต้นทุนดอกเบี้ย และต้นทุนในการลงทุนใน Fixed Asset โดยทำให้สามารถขายสินค้าได้มากขึ้น โดย Earnings Per Share สูงขึ้น เนื่องจากทุกกระบวนการมุ่งไปสู่ความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก

๓. การตัดสินใจทางธุรกิจตั้งอยู่บนฐานของข้อมูลและข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำ และมีเครือข่าย Network ไปยังส่วนต่างๆ ของโลก โดยผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ทำให้การตัดสินใจเป็นแบบ E-Rational Decision

๔. เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน (Core Competency) ทำให้แต่ละกระบวนการใน Supply Chain เชื่อมต่อเป็นลูกห่วงโซ่ มีผลทำให้การตลาดและโลจิสติกส์ (Logistics) สามารถเชื่อมโยงในระดับโลก (Global Niche) สามารถเพิ่มผลผลิต-ยอดขาย เพิ่ม Market Share และกำไรได้อย่างมั่นคง

๕. เป็นการรวมพลังทางธุรกิจ (Business Synergy) ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทุกธุรกิจที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันของห่วงโซ่อุปทานที่ทับซ้อน ทำให้มีการแบ่งงานตามความถนัด (Division of Labour) บนอาณาบริเวณซึ่งมีความ Specialist และมีต้นทุนที่ต่ำสุด ซึ่งจะเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน (Benchmarking) ที่ดีกว่าธุรกิจอื่นที่ไม่ได้เข้ามาอยู่ในกระบวนการห่วงโซ่อุปทาน

๖. เพิ่มประสิทธิภาพของธุรกิจไปสู่ Best in Class และพัฒนาไปสู่ World Class ทำให้ธุรกิจ SMEs มีประสิทธิภาพในการแข่งขันกับองค์กรขนาดใหญ่ได้

๗. สร้างความพอใจให้กับลูกค้า (Customer Satisfaction) โดยกระบวนการต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตรงเป้าหมาย ซึ่งทำให้ขจัดอุปสรรคการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากแต่ละกระบวนการสามารถเชื่อมต่อผสมผสานกันแบบปฏิสัมพันธ์ คือ มีการประสานสัมพันธ์เป็นบูรณาการ

๘. สามารถพัฒนาไปสู่การตลาดแบบบูรณาการ Total Integrated Marketing ซึ่งจะมีการปรับองค์กรไปสู่ Customers Base คือ ลูกค้าเป็นศูนย์กลางของการดำเนินงานและทำให้การตลาดมีการขับเคลื่อนแบบพลวัต (Market Dynamic) เป็นการตลาดเพื่อลูกค้าอย่างแท้จริง

๙. ในทุกกระบวนการสามารถที่จะทำดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพได้อย่างเที่ยงตรง โดยสามารถเลือกรูปแบบของ KPI และ Balance Scorecard ให้ตรงกับลักษณะของธุรกิจ

๑๐. เพิ่มกำไรให้กับธุรกิจ (Profit Gain) และเป็นการพัฒนาธุรกิจไปสู่ความยั่งยืน (Sustainable Business) ซึ่งประโยชน์ข้อนี้จะเป็นหัวใจของการนำ SCM มาใช้และเป็นหัวใจของการทำธุรกิจ

การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

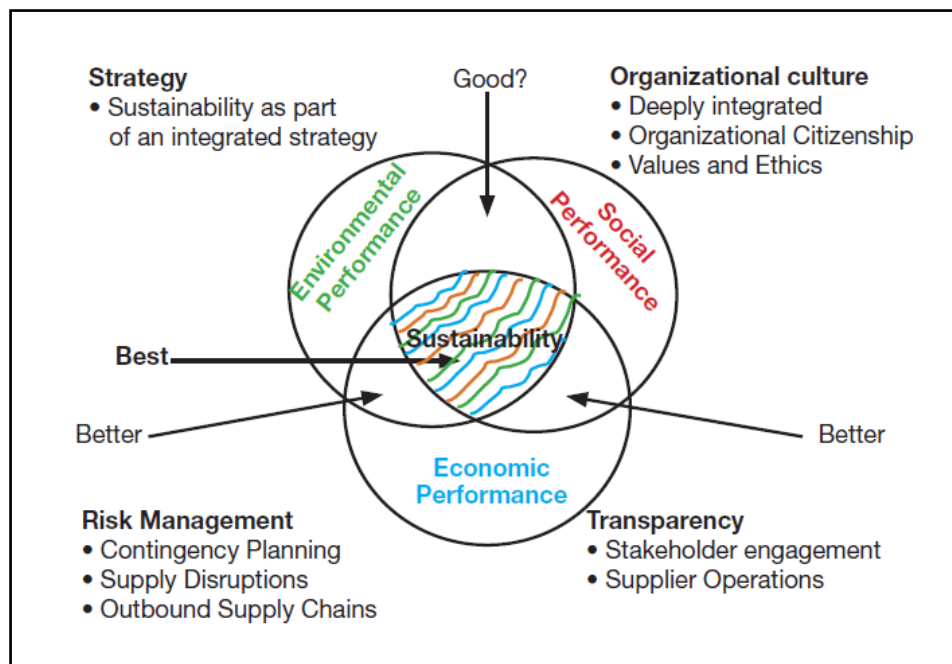
(Carter and Liane, 2016) กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนถือเป็นหนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการแข่งขันกันอย่างเข้มข้น ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ในอดีตรูปแบบกิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานมีลักษณะเหมือนเส้นตรง (Linear) ไม่ซับซ้อน กิจกรรมต่างๆ เรียงลำดับเป็นขั้นตอน ประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวนไม่มาก บริษัทส่วนใหญ่จึงเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพในมิติเศรษฐกิจเป็นสำคัญ เช่น การพัฒนาคุณภาพเชิงเทคนิค การลดต้นทุน และความรวดเร็ว ในการจัดส่งสินค้า เป็นต้น ต่อมาการดำเนินธุรกิจมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ประกอบไปด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ มากขึ้น

นอกจาก “ลูกค้า” ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานที่แล้ว ยังมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรทั้งที่เป็นผู้บริโภครู้ ผู้ลงทุน พนักงาน และสังคม ต่างเริ่มให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการประเด็นด้านความยั่งยืนทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานมากยิ่งขึ้น (Carter and Jennings, 2002) ตลอดจนเรียกร้องให้บริษัทเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารจัดการลูกค้า บริษัทต่างๆ ที่เล็งเห็นถึงประโยชน์และโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ จึงเริ่มผนวกแนวความคิดด้านความยั่งยืนเข้าไปในการดำเนินกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทานโดยเฉพาะการบริหารจัดการความเสี่ยงที่เกิดขึ้นตั้งแต่กระบวนการคัดเลือกลูกค้า กระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง และกระบวนการติดตามการดำเนินงานของลูกค้าเพื่อยกระดับการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ควบคู่ไปกับการส่งเสริมให้ “ลูกค้า” ปฏิบัติตามแนวทางการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของบริษัท เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนร่วมกัน นำมาซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทั้งตัวธุรกิจและสังคมในวงกว้าง หลากหลายความสัมพันธ์ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ห่วงโซ่อุปทานจึงเปลี่ยนจากเส้นตรงมาเป็นรูปแบบเครือข่าย (Network) โดยมีความต้องการของ “ลูกค้า” เป็นแรงผลักดันสำคัญในการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ในระบบห่วงโซ่อุปทานของบริษัท ส่งผลให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ต้องร่วมมือกัน เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน (Teuteberg and Wittstruck, 2010) ซึ่งสอดคล้องกับ ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (๒๕๖๑) ที่กล่าวว่า ในปัจจุบันองค์กรต่างๆ ได้นำแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงประเด็นด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และบรรษัทภิบาล (Environmental, Social and Governance หรือ ESG) เข้ามาบูรณาการเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ หรือที่เรียกว่า “การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน” (Sustainable Supply Chain Management) ซึ่งช่วยเพิ่มโอกาส ลดความเสี่ยงและเป็นการยกระดับขีดความสามารถในการ

แข่งขันของธุรกิจอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนของ Carter and Rogers (2008)

Carter and Rogers (2008) ได้ทบทวนวรรณกรรมจำนวนมากเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน เพื่อนำมาพัฒนาเป็นแนวคิดของการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน ซึ่งได้กล่าวว่า การที่จะเป็นองค์กรที่ยั่งยืนได้นั้น องค์กรจำเป็นต้องเปลี่ยนวัฒนธรรมและความคิดขององค์กร โดยนำแนวคิดของการพัฒนาที่ยั่งยืนใน ๓ ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ไปเป็นส่วนหนึ่งของ กลยุทธ์ วัฒนธรรมขององค์กร และการจัดการความเสี่ยงขององค์กร รวมถึงการสร้าง ความโปร่งใสกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Teuteberg and Wittstruck (2010) ที่ได้ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนเช่นเดียวกัน ซึ่งมองว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน คือ รากฐานการจัดการห่วงโซ่อุปทานในระยะยาว โดยการเชื่อมโยงของเครือข่ายธุรกิจเพื่อจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและบูรณาการเรื่องเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกลยุทธ์ และเป็นเป้าหมายทางธุรกิจของบริษัทด้วย ดังแผนภาพที่ ๒-๗

แผนภาพที่ ๒-๗ การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนของ Carter and Rogers (2008)



สำหรับกรอบหรือแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนดังกล่าวนี้ UN Global Compact (2018) ได้แนะนำแนวทาง ซึ่งประกอบด้วย ๖ ขั้นตอน ดังนี้

๑. ความมุ่งมั่น (Commit) ต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน รวมถึงการจัดทำแนวปฏิบัติหรือจรรยาบรรณการดำเนิน

ธุรกิจของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) ที่ครอบคลุมประเด็นสังคมและ/หรือสิ่งแวดล้อม เพื่อแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นของบริษัทในการสนับสนุนให้คู่ค้ามีการดำเนินงานอย่างมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม

๒. ประเมินขอบเขต (Assess) ศึกษากิจกรรมต่างๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทานและประเมินขอบเขตในการดำเนินโครงการเพื่อการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานว่าควรครอบคลุมคู่ค้าในกลุ่มใดบ้าง เช่น คู่ค้ารายสำคัญ (Key Suppliers) คู่ค้าเชิงกลยุทธ์ (Strategic Suppliers) เป็นต้น

๓. กำหนดกลุ่มคู่ค้า (Define) ระบุว่าคู่ค้ารายใดเป็นคู่ค้ารายสำคัญของบริษัท โดยกำหนดหลักเกณฑ์ในการใช้จัดกลุ่มคู่ค้าอย่างชัดเจน เช่น วิเคราะห์จากมูลค่าการค้าที่มีระหว่างกัน ประเภทสินค้า/บริการที่ติดต่อซื้อขาย เป็นต้น

๔. ลงมือปฏิบัติ (Implement) กำหนดบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานภายในองค์กรครอบคลุมตั้งแต่ระดับกรรมการบริษัทไปจนถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายผลิต ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพ ฝ่ายคลังสินค้า และฝ่ายจัดส่งสินค้า เป็นต้น และการจัดให้มีกระบวนการ/ขั้นตอน/วิธีการ/แนวปฏิบัติ เพื่อระบุความเสี่ยงทางด้านเศรษฐกิจ (เช่น ความเสี่ยงจากการพึ่งพาคู่ค้าน้อยราย ความเสี่ยงจากการได้รับสินค้า/บริการที่ไม่ได้คุณภาพ) สังคม (เช่น สิทธิมนุษยชน การดูแลพนักงานและแรงงาน) และสิ่งแวดล้อม (เช่น การปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม) ที่เกิดจากคู่ค้าของบริษัท

รวมถึงสร้างการมีส่วนร่วมกับคู่ค้า เพื่อสื่อสารความคาดหวังและความตั้งใจของบริษัทในการบริหารจัดการความยั่งยืน ตลอดจนหาแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน และสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน

๕. วัดผลและติดตาม (Measure) มีการติดตามการปฏิบัติตามจรรยาบรรณการดำเนินธุรกิจของคู่ค้า (Supplier Code of Conduct) เช่น การตรวจประเมินตนเองของคู่ค้า (Self-assessment) การตรวจประเมินโดยองค์กรอิสระภายนอก (Third-Party Audit) หรือการตรวจประเมิน ณ สถานที่ประกอบการของคู่ค้า (Site Visit) เป็นต้น และมีแผนงาน/โครงการ/กิจกรรม เพื่อช่วยพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนของคู่ค้า ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับบริษัท

๖. เปิดเผยข้อมูล (Communicate) เปิดเผยแนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน ครอบคลุมตั้งแต่กลยุทธ์ การประเมินความเสี่ยงของคู่ค้า การบริหารจัดการคู่ค้า การตรวจสอบประเมินคู่ค้า รวมถึงกิจกรรมพัฒนาคู่ค้าทั้งในเชิงพาณิชย์และความยั่งยืน ดังแผนภาพที่ ๒-๘

แผนภาพที่ ๒-๘ กรอบหรือแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนของ UN Global Compact



๓. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

ธเนศ เมฆฉาย (๒๕๔๗) ได้ศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการจัดการห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความต้องการด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และติดตามผลสัมฤทธิ์หลังการดำเนินโครงการส่งเสริมการจัดการห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ปีงบประมาณ ๒๕๔๖ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ผ่านการสำรวจจากแบบสอบถาม และเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ SMEs จำนวน ๑๕๒ วิสาหกิจ ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการด้านระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจ ด้านการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานและความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ขณะที่ผลการศึกษาด้านผลสัมฤทธิ์ของโครงการ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs มีความพึงพอใจในการบริการของรัฐ และได้รับความรู้ ความเข้าใจในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ในระดับพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๖๓ ได้นำหลักการแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานมาใช้ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการผลิตสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ คิดเป็นร้อยละ ๒๐

สุรรัตน์ ศรีทะแก้ว และ สุเทพ นิมสสาย (๒๕๕๖) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและความสำเร็จเปรียบเทียบทางการแข่งขันด้านการส่งออกของผลไม้สดไทยไปยังตลาดสหภาพเมียนมาร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบห่วงโซ่อุปทานผลไม้สดของไทย และศึกษาถึงโอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจในการส่งออกผลไม้สดไปยังตลาดสหภาพเมียนมาร์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสังเกตและสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจงกับผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Analysis) เพื่อให้เห็นภาพของผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานผลไม้สดของไทยได้อย่างชัดเจนและในการวิเคราะห์โอกาส อุปสรรคและการคาดการณ์ผลกระทบทางธุรกิจที่เกิดขึ้น ผลการศึกษาพบว่าห่วงโซ่อุปทานผลไม้สดของไทย เพื่อการส่งออกสู่ตลาดสหภาพเมียนมาร์ยังไม่มีประสิทธิภาพมากนักโดยเฉพาะความเชื่อมโยงของระบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานระหว่างภาครัฐ

ณัฐวุฒิ ธนเสน (๒๕๕๗) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้ประกอบการผลิต ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าและผู้ประกอบการค้าปลีก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการบริหารจัดการความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น และเพื่อศึกษาปัญหาของระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงสาเหตุที่มาของปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้ประกอบการผลิต ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า และผู้ประกอบการค้าปลีก ตลอดจนการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาของการพัฒนาระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยศึกษากับกลุ่มผู้บริหารระดับสูงของโลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ กลุ่มผู้ประกอบการผลิต กลุ่มผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า กลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีก กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ที่ตั้งอยู่ในเขตการปกครองพิเศษนครเชียงใหม่ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ โดยใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นส่วนหลัก โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิจัยเชิงปริมาณเป็นส่วนสนับสนุน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการทั้งสามฝ่าย ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิต ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า และผู้ประกอบการค้าปลีก ต้องร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีในการทำงานร่วมกัน ด้านข้อมูลที่ต้องการแม่นยำและเป็นปัจจุบันทันเวลา ในลักษณะของระบบที่พัฒนาร่วมกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำของแต่ละองค์กร เพื่อนำมาพัฒนาร่วมกันเป็นนวัตกรรมใหม่ๆ ด้วยการนำเทคโนโลยีซอฟต์แวร์มาประยุกต์ใช้ เพื่อลดปัญหาต่างๆ จากการทำงานที่ซ้ำซ้อนกัน ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือมากขึ้น เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันด้วยพลังขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานของทุกฝ่าย ในการเก็บสินค้าการส่งมอบสินค้าไปยังผู้บริโภคอยู่ในปริมาณที่เหมาะสม ไม่มากเกินไปหรือน้อยเกินไป เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

กัญญ์กนิษฐ์ กมลกิตติวงศ์ และบุษบา พฤกษาพันธุ์รัตน์ (๒๕๕๘) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการจัดการกรีนซัพพลายเชนในอุตสาหกรรมผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทย พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญมากในการริเริ่มการจัดการกรีนซัพพลายเชนในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยด้านกฎระเบียบของรัฐบาลและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นรัฐบาลควรกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับให้ภาคอุตสาหกรรม ดำเนินงานตามแนวทางของอุตสาหกรรมสีเขียว เพื่อให้เกิดการปฏิบัติอย่างจริงจัง ปัจจัยที่มีความสำคัญรองลงมาคือการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์กรที่ประสบความสำเร็จในการจัดการกรีนซัพพลายเชนจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารอย่างจริงจังโดยจะต้องมีการกำหนดเป็น กลยุทธ์ขององค์กรดังนั้นจึงเป็นปัจจัยระดับเริ่มต้น ดำเนินการจัดการกรีนซัพพลายเชน นอกจากนั้นคู่แข่งชั้นก็มีความสำคัญ โดยเฉพาะ องค์กรที่อยู่ในระดับเริ่มต้นให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้สูงกว่าองค์กรที่อยู่ในระดับเชี่ยวชาญ การใช้เทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมด้านสิ่งแวดล้อมก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและส่งผลให้ธุรกิจมีต้นทุนในการดำเนินงานที่ลดลงตามไปด้วย ดังนั้นองค์กรที่ได้ดำเนินการกรีนซัพพลายเชนไปแล้วหรือกลุ่มบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ จึงมองถึงปัจจัยเรื่องการลดต้นทุนให้มากขึ้น จากการจัดการกรีนซัพพลายเชนด้วย

ภคมน กิจนุสนธ (๒๕๕๙) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดการปฏิบัติการ และการจัดการโลจิสติกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการบริหารจัดการซัพพลายเชน การจัดการโลจิสติกส์ การจัดการปฏิบัติการ ประสิทธิภาพการดำเนินการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย จำนวน ๙๙ ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานในด้านกระบวนการจัดหา และด้านการสร้างความสัมพันธ์ส่งผลต่อการจัดการโลจิสติกส์ การจัดการปฏิบัติการและผลิต รวมไปถึงประสิทธิผลของการจัดการปฏิบัติการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศไทย และการจัดการด้านผลิตและการปฏิบัติการส่งผลต่อประสิทธิผลของการปฏิบัติการ ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศไทย

Teuteberg and Wittstruck (2010) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน เพื่อสรุปแนวความคิดและค้นหามุมมองที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในอนาคต โดยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมจากบทความวิจัย วารสาร และหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน แล้วจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์อย่างเป็นระบบด้วยวิธีวิเคราะห์อภิมาน (Meta-Analysis) ผลการศึกษาพบว่า วรรณกรรมส่วนใหญ่จะใช้แนวความคิดของการพัฒนาความยั่งยืนที่เน้นการพัฒนาใน ๓ ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มาเชื่อมโยงกับแนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทาน เข้าไปในกลยุทธ์ และเป็นเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจ เพื่อธุรกิจสามารถจัดหา

ผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงไม่ละเลยในเรื่องเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

Shahzadi, Amin and Chaudhary (2013) ได้ศึกษาปัจจัยขับเคลื่อนประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานที่มีผลต่อการเพิ่มผลผลิตขององค์กรในภาคอุตสาหกรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยขับเคลื่อนประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทาน และสร้างกรอบแนวคิดการจัดการปัจจัยขับเคลื่อนเหล่านี้ขององค์กรเพื่อการดำรงอยู่ต่อไป ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการสินค้าคงคลัง การจัดการการขนส่งการกระจายข้อมูลสารสนเทศ การจัดการกิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทาน และการกำหนดราคา โดยปัจจัยเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์กันและมีผลกระทบอย่างมากต่อผลการดำเนินงานขององค์กร องค์กรจะต้องจัดการปัจจัยเหล่านี้เพื่อสร้างความสมดุลในเรื่องประสิทธิภาพและการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า

Sharma, Giri and Rai (2013) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการห่วงโซ่อุปทานข้าวในประเทศอินเดีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทานข้าวในประเทศอินเดีย ผลจากการศึกษาได้แนวทางที่สำคัญ ดังนี้ ๑) ความร่วมมือของข้อมูลสารสนเทศมีบทบาทสำคัญอย่างมากในโครงสร้างความร่วมมือทุกระดับในห่วงโซ่อุปทาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศระหว่างบริษัทที่เป็นผู้สีข้าวและผู้ค้าปลีกจะทำให้การตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการข้อมูลสารสนเทศที่ไม่เหมาะสมอาจจะทำให้เกิดปรากฏการณ์แส้ม้า (Bullwhip Effect) ซึ่งหมายถึง การเกิดความแปรปรวนในการวางแผนและการคาดการณ์ปริมาณสินค้าคงคลังที่ระดับต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทาน จนทำให้มีปริมาณสินค้าคงคลังมากเกินไปหรือน้อยเกินไป นอกจากนี้ บริษัทที่เป็นผู้สีข้าวและผู้ค้าปลีกต้องแลกเปลี่ยนข้อมูลสารสนเทศกับสมาชิกอื่นๆ ในระบบห่วงโซ่อุปทาน เพื่อร่วมมือกันในการคาดการณ์และวางแผนเกี่ยวกับสินค้าคงคลังด้วย ๒) การจัดการสินค้าคงคลัง บริษัทที่เป็นผู้สีข้าวจะต้องรวบรวมความต้องการที่มีปริมาณใกล้เคียงกันของข้าวชนิดเดียวกัน เพื่อให้เกิดการประหยัดเชิงขนาด และลดระดับปริมาณสินค้าคงคลังของตนเอง ๓) การจัดหา บริษัทที่เป็นผู้สีข้าวต้องร่วมมือกับผู้ค้าปลีกในการพยากรณ์ระดับความต้องการสูงสุดในการบริโภคข้าวในช่วงระหว่างปี และจัดหาข้าวเปลือกในช่วงฤดูเก็บเกี่ยวจากในประเทศ ซึ่งข้าวเปลือกในช่วงนี้จะมีราคาต่ำที่สุด นอกจากนี้ บริษัทที่เป็นผู้สีข้าวควรเข้าไปตรวจสอบและควบคุมกระบวนการเพาะปลูก ทั้งนี้ เพื่อให้คุณภาพของข้าวเปลือกเป็นไปตามที่ต้องการ ๔) ระบบโลจิสติกส์ บริษัทที่เป็นผู้สีข้าวควรลดจำนวนคนกลางให้เหลือน้อยที่สุด ควรมีสถานที่รับซื้อที่ขานา รายใหญ่สามารถนำข้าวเปลือกในปริมาณมากมาขายโดยตรงให้กับบริษัทได้ นอกจากนี้ อาจจะต้องศูนย์รับซื้อข้าวเปลือกของบริษัทเองหลายๆ แห่งในทำเลที่ขานาสามารถนำข้าวเปลือกมาขายให้ได้โดยตรงโดยไม่ต้องผ่านคนกลาง กระบวนการเช่นเดียวกันนี้ อาจนำมาปรับใช้ในด้านการจำหน่ายข้าวสารให้แก่ผู้ค้าปลีกรายใหญ่และกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นสถาบันได้ด้วย ในกรณีที่เป็นผู้ค้าปลีกรายย่อย

บริษัทอาจจะมีศูนย์กระจายสินค้าทำหน้าที่รวบรวมคำสั่งซื้อจากผู้ค้าปลีกรายย่อยในพื้นที่ และนำส่งข้าวสารด้วยรถบรรทุกหลายๆ คัน โดยรถบรรทุกแต่ละคันจะจัดส่งข้าวสารให้แก่ผู้ค้าปลีกรายย่อยหลายๆ ราย (Milk Run Routing System)

Rana, Abdullah, Arman, Mohd and Mohammad (2016) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยขับเคลื่อนประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานธุรกิจค้าปลีก และผลกระทบจากกลยุทธ์ลีน (Lean Strategy) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุปัจจัยขับเคลื่อนประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานธุรกิจค้าปลีก และการศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์ลีนที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยขับเคลื่อนและประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การจัดการสินค้าคงคลัง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการการขนส่ง และการประสานความร่วมมือ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานธุรกิจค้าปลีก ในขณะที่บทบาทของซัพพลายเออร์มีผลกระทบในเชิงลบ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า กลยุทธ์ลีนมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการขนส่งและการประสานความร่วมมือกับประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานธุรกิจค้าปลีก

Kot (2018) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กลง โดยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญขององค์ประกอบของการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน ภายในกรอบของความสมดุลด้านธุรกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ซึ่งใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม จำนวน ๓๘๓ วิสาหกิจ ผลการศึกษาพบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนในด้านสังคมได้รับการยอมรับว่าสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านธุรกิจ ตามลำดับ

Tsaparas (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนระหว่างซัพพลายเออร์กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กลง (SMEs) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์และความคาดหวังระหว่างซัพพลายเออร์กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กลง (SMEs) ในเรื่องของการปฏิบัติตามแนวทางความยั่งยืน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการวิเคราะห์จากรายงานความยั่งยืนประจำปีของบริษัท จำนวน ๒๐ บริษัท ตั้งแต่ปี 2015 – 2017 และใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า ขนาดของวิสาหกิจมีผลต่อความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ในเรื่องของการปฏิบัติตามแนวทางความยั่งยืน เนื่องจากวิสาหกิจขนาดใหญ่จะมีแนวทางในการปฏิบัติเรื่องความยั่งยืนที่เคร่งครัดกว่าวิสาหกิจขนาดเล็ก รวมถึงวิสาหกิจขนาดใหญ่มีตัวเลือกของซัพพลายเออร์มาก จึงทำให้ความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์กับวิสาหกิจขนาดใหญ่ได้รับความกดดันมากกว่าความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์กับวิสาหกิจขนาดเล็ก แต่ในเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดใหญ่จะมีมาตรฐานสูงกว่าวิสาหกิจขนาดเล็ก

ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

แบ่งการนำเสนอออกเป็น ๒ ส่วน คือ ๑. ปัญหาในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ๒. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีรายละเอียดดังนี้

๑. ปัญหาในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นหน่วยธุรกิจที่มีความคล่องตัวในการดำเนินงาน และยังสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของประเทศ การใช้เม็ดเงินในการดำเนินธุรกิจไม่มากเท่ากลุ่มวิสาหกิจขนาดใหญ่ ประเทศไทยจึงมี SMEs จำนวนเกือบ ๓ ล้านราย ซึ่งการขยายตัวของ SMEs เป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้น SMEs จึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยในหลายด้าน แม้ว่ารัฐบาลจะได้ทุ่มเทงบประมาณจำนวนมากตลอดจนได้มีการแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ SMEs แล้วก็ตาม แต่ในปัจจุบัน SMEs จำนวนมากยังประสบปัญหาต่างๆ มากมาย ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่เป็น ปัญหาด้านการบริหารจัดการ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในด้านอื่นๆ นอกจากนี้สำหรับธุรกิจที่มีโรงงานผลิตสินค้า ไม่ว่าจะโรงงานขนาดเล็กหรือโรงงานขนาดใหญ่ มักจะมีปัญหาด้านการบริหารการผลิต จึงเป็นที่มาของการศึกษาปัญหาในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งนี้ เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างแท้จริง

ดังนั้นจึงควรศึกษากิจกรรมต่างๆ ในกระบวนการจัดการห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจตั้งแต่การนำเข้าวัตถุดิบ การผลิตการขนส่ง จนถึงมือลูกค้าปลายทาง โดยให้ความสำคัญในการสร้างกำไรในระยะยาว ซึ่งต้องผนวกเรื่อง “การพัฒนาอย่างยั่งยืน” (Sustainable Development) รวมด้วย เพราะเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในการขับเคลื่อนธุรกิจยุคปัจจุบัน ที่ต้องตระหนักถึงการสร้างสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาอย่างยั่งยืนนั้น ไม่ใช่ทางเลือกสำหรับองค์กรว่าจะทำหรือไม่ทำ แต่เป็นวิถีปฏิบัติอันจำเป็น ที่ต้องวางแผนและดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม โดยนำแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาเป็นกลยุทธ์หลักในการดำเนินธุรกิจ และมีการผลักดันส่งเสริมให้แนวคิดดังกล่าวฝังลงอยู่ในทุกห่วงโซ่อุปทานธุรกิจจนสามารถเห็นผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม (ภคมน กิจนุสนธิ์, ๒๕๕๙)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญหาในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของ ภคมน กิจนุสนธิ์ (๒๕๕๙) ที่ได้ศึกษาเรื่องการ

จัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดการปฏิบัติการ และการจัดการโลจิสติกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเทศไทย พบว่า วิสาหกิจในประเทศไทยได้มีการนำระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนมาใช้ในองค์กรแล้ว วิสาหกิจที่นำมาใช้ล้วนแล้วแต่เป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ ซึ่งมีศักยภาพความพร้อมทางด้านการเงิน ด้านทรัพยากรบุคคล พร้อมทั้งเทคโนโลยีด้านต่างๆ แต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ยังมีข้อจำกัดในการนำระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนมาใช้ เนื่องจากความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน ความพร้อมของบุคลากรและการเงิน ดังนั้นการที่จะนำระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนไปสู่ SMEs จำเป็นต้องขจัดปัญหาหรือข้อจำกัดต่างๆ และภาครัฐต้องมีบทบาทที่จะต้องให้การส่งเสริมและสนับสนุนให้กับ SMEs ได้นำแนวทางหลักการของการจัดการห่วงโซ่อุปทานมาใช้

ซึ่งสอดคล้องกับ ภาคมน กิจนุสนธิ์ (๒๕๕๙) ได้สรุปปัญหาการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในองค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไว้ ๘ เรื่อง ดังนี้

๑. ปัญหาด้านการตลาด ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดภายในประเทศ ซึ่งยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้างโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่งตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้า ทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

๒. ปัญหาการขาดแคลนเงินทุน ธุรกิจขนาดย่อมมักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน เนื่องจากไม่มีการบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และจ่ายดอกเบี้ยในอัตราสูง

๓. ปัญหาด้านแรงงาน แรงงานที่ทำงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีปัญหาการเข้าออกสูงเมื่อคนงานทำงานจนมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้นก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและ ผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอการพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า รวมถึงการพัฒนาความยั่งยืน

๔. ปัญหาด้านเทคโนโลยีการผลิต วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไปมักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อนเนื่องจากการลงทุนต่ำ และผู้ประกอบการหรือพนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัย จึงทำให้ขาดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

๕. ปัญหาด้านการจัดการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลักอาศัย

บุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงานการบริหารภายในลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาขึ้นได้

๖. ปัญหาการเข้าถึงบริการการส่งเสริมของรัฐ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้าน ผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงานเหล่านี้จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน

๗. ปัญหาด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์กรภาครัฐและเอกชนการส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมาได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงาน เช่นบุคลากร งบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาภูมิภาค การให้บริการส่งเสริม สนับสนุนด้านต่าง ๆ จึงไม่อาจสนองตอบได้ทั่วถึงและเพียงพอ

๘. ปัญหาการรับรู้ข่าวสารข้อมูล เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่างๆ ข้างต้น ธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไปจึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่างๆ เช่น นโยบายและมาตรฐานของรัฐ ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด เป็นต้น

ขณะที่ Tsaparos (2019) นักวิชาการต่างประเทศได้สรุปปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องเผชิญไว้สอดคล้องกับนักวิชาการของประเทศไทย ดังนี้

๑. แรงกดดันด้านการพัฒนาความยั่งยืนที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องปฏิบัติตามมาตรฐานทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่หลากหลาย รวมถึงมีเกณฑ์หรือดัชนีชี้วัดจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนเป็นตัวกำกับ เพื่อให้ได้มาตรฐานสากล (Santos, 2011)

๒. ความท้าทายทางการเงิน เทคโนโลยี และการขาดความรู้ รวมถึงแรงจูงใจภายในในการนำแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานมาทำให้เห็นผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม (Natarajan and Wyrick, 2011)

๓. ขาดการบูรณาการเรื่องการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกลยุทธ์หลักของธุรกิจ และกระบวนการดำเนินธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งอาจมาจากสาเหตุเรื่องการไม่มีเวลา รวมถึงความไม่พร้อมของบุคลากรและทรัพยากร (Santos, 2011)

๔. ความซับซ้อนของการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ที่ซับซ้อนมากขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะมีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลากหลาย ความสัมพันธ์ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานจึงเปลี่ยนจากเส้นตรงมาเป็นรูปแบบเครือข่าย (Network) โดยมีความต้องการของ “ลูกค้า” เป็นแรงผลักดันสำคัญในการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ในระบบห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจ ส่งผลให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ต้องร่วมมือกันเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (Santos, 2011)

๕. ขาดการสร้างพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ได้แก่ วิชาธุรกิจ ภาคเอกชนที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจ และการเชื่อมโยงกับแนวนโยบายของภาครัฐ เพื่อสร้างความเข้มแข็ง ยกระดับการจัดการทั้งห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น รวมถึงการสร้างเชื่อมโยงกับระดับรากหญ้า ในฐานะผู้ผลิต เพื่อส่งมอบคุณค่าของสินค้าและบริการ ไปจนถึงมือผู้บริโภค (Tsaparas, 2019)

๖. ปัญหาอื่นๆ ที่ขัดขวางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน เช่น จำนวนลูกค้าที่ซื้อสินค้าและบริการน้อย กำไรจากการประกอบธุรกิจไม่ได้ตามความคาดหวัง จึงเน้นไปที่การพัฒนาเรื่องสินค้ามากกว่าการพัฒนาความยั่งยืน (Santos, 2011)

กล่าวโดยสรุป จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของนักวิชาการทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ พบว่า มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งประเด็นร่วม ๓ ประการที่สำคัญ คือ (๑) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ได้บูรณาการเรื่องการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมเข้าไปในกลยุทธ์หลักของธุรกิจ และกระบวนการดำเนินธุรกิจตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน (๒) ขาดการสร้างพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งวิสาหกิจ ภาคเอกชน ภาครัฐ และระดับรากหญ้า (๓) ขาดการนำแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานมาทำให้เห็นผลลัพธ์อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม

๒. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Alzawawi (2014) ได้ศึกษาปัจจัยขับเคลื่อนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคของการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยขับเคลื่อนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตามแนวคิดเชิงทฤษฎี The triple bottom line ของ Elkington (1998) จากการศึกษาพบว่า เนื่องจากองค์กรขนาดเล็กถึงขนาดกลางมีความพยายามที่จะพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานมากยิ่งขึ้น จึงต้องเผชิญกับปัจจัยที่ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานที่หลากหลายกว่า เมื่อเทียบกับองค์กรขนาดใหญ่ โดยปัจจัยที่

เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน มาจาก ๒ ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร โดยมีรายละเอียดดังนี้

๒.๑ ปัจจัยภายในองค์กร ประกอบไปด้วย ๕ ปัจจัย คือ

๒.๑.๑ ต้นทุนค่าใช้จ่าย (Cost) ผู้บริโภคหรือลูกค้าในปัจจุบันส่วนใหญ่ต้องการซื้อสินค้าในราคาถูก ดังนั้นจึงต้องมีต้นทุนค่าใช้จ่ายของสินค้าที่ต่ำพอที่จะเสนอสินค้าในราคาที่ถูกให้กับลูกค้าได้ หลายการศึกษาจึงพบว่า การบูรณาการความยั่งยืนเข้าไปในกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานนั้นจะทำให้มีราคาแพงและต้องใช้เงินจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสอดคล้องกับ Hervani, Helms, and Sarkis (2005) ที่ศึกษาพบว่า ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นดังกล่าวมีความสำคัญอย่างยิ่งกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีทรัพยากรน้อยกว่าและมีความเสี่ยงมากกว่า ขณะที่ Revell, Stokes and Chen (2010) กล่าวว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ถือว่าต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูงจะเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับการดำเนินการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน แต่อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็ยังคงตระหนักถึงประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมจากการพัฒนาความยั่งยืนดังกล่าว ถึงแม้ว่าปัจจัยด้านต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สูงจะเป็นอุปสรรคที่สำคัญก็ตาม

๒.๑.๒ ขาดความรู้ (Lack of knowledge) จะเห็นได้ชัดว่าการขาดความรู้เป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับการสร้างการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ AlZaabi, AlDhaheri and Diabat (2013) ที่ศึกษาพบว่า การขาดความรู้และข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนเป็นอุปสรรคใหญ่ที่สุด รวมถึงการที่พนักงานในองค์กรไม่ได้รับความรู้หรือข้อมูลที่ดีเกี่ยวกับการพัฒนาความยั่งยืน และการที่พนักงานในองค์กรไม่ได้ตระหนักถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นอย่างจริงจัง สอดคล้องกับ Revell and Blackburn (2007) ที่กล่าวว่า การขาดความเชี่ยวชาญและความรู้ในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน จะทำให้เกิดข้อจำกัดในการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม

๒.๑.๓ ขาดการฝึกอบรม (Lack of training) Bowen, Cousins, Lamming and Faruk (2001) กล่าวว่า พนักงานในองค์กรควรได้รับแรงจูงใจอย่างเพียงพอที่จะใช้แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนอย่างจริงจังมากขึ้นและช่วยกันส่งเสริมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ดังนั้นองค์กรควรมีการเผยแพร่หรือการจัดอบรมให้กับพนักงาน ให้ทราบและตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ Dashore & Sohani (2013) ที่กล่าวว่า การขาดการฝึกอบรมเรื่องการพัฒนาความยั่งยืนให้กับพนักงานเป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมของการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน พนักงานควรได้รับการฝึกอบรมอย่างดีที่สุดที่สามารถจะแนะนำให้คนอื่นได้รู้จักกับแนวคิดนี้ได้

ด้วย เช่น กลุ่มพนักงานที่ไม่ได้รับการฝึกอบรม เพื่อให้พนักงานทุกคนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กร

๒.๑.๔ ขาดการเชื่อมโยงระบบ IT (Lack of integration of IT system) จากการศึกษาของ Dashore and Sohani (2013) ได้กล่าวถึงการรวมระบบ IT เข้ากับแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ที่มองว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับแนวคิดใหม่ที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จ การเชื่อมโยงระบบ IT เช่น การใช้โปรแกรมหรือแอปพลิเคชันที่หลากหลาย เพื่อประโยชน์ในกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลต่างๆ รวมถึงการใช้ระบบ IT ในการอำนวยความสะดวกในระบบห่วงโซ่อุปทานให้ง่ายขึ้น ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานประสบความสำเร็จต้องวางแผนการนำระบบ IT เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในด้านต่างๆ ด้วย

๒.๑.๕ โครงสร้างองค์กรไม่ดี (Poor organization structure) ปัญหานี้เกี่ยวข้องกับผู้บริหารในองค์กรด้วย เนื่องจากการจัดโครงสร้างองค์กรบางแห่ง ไม่เอื้อต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ผู้บริหารระดับสูงขาดความมุ่งมั่นในการพัฒนาความยั่งยืน และวิสัยทัศน์ขององค์กรไม่ได้มุ่งเน้นในการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งจะเน้นเป้าหมายในระยะสั้น โดยละเลยสิ่งที่จำเป็นในระยะยาว รวมถึงพนักงานในองค์กรก็ไม่ได้กระตือรือร้นเกี่ยวกับปัญหาต่างๆ ที่จะตามมาหากไม่ได้พัฒนาองค์กรไปสู่ความยั่งยืน

๒.๒ ปัจจัยภายนอกองค์กร ประกอบไปด้วย ๕ ปัจจัย คือ

๒.๒.๑ กฎระเบียบของภาครัฐ (Regulation) กฎระเบียบของภาครัฐอาจเป็นหนึ่งในอุปสรรคของการขับเคลื่อนการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากกฎระเบียบบางประการอาจยับยั้งการพัฒนานวัตกรรมหรือความคิดสร้างสรรค์ โดยกำหนดเงื่อนไขบางอย่างที่มีความเข้มงวดมากขึ้น นอกจากนี้การศึกษาอื่นๆ ยังพบว่า กฎระเบียบของภาครัฐบางอย่างอาจไม่เอื้อต่อการพัฒนาความยั่งยืน ดังเช่น Dashori and Sohani (2013) กล่าวว่า ภาครัฐขาดการริเริ่มสำหรับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน เช่น รัฐบาลไม่ได้กำหนดนโยบายที่เป็นมิตรกับภาคอุตสาหกรรม และไม่ให้สิทธิพิเศษสำหรับอุตสาหกรรมเหล่านั้น ก็จะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

๒.๒.๒ การขาดความมุ่งมั่นของซัพพลายเออร์ (Poor supplier commitment) การมีส่วนร่วมของซัพพลายเออร์ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน หากซัพพลายเออร์มีแรงจูงใจในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานที่ต่ำ ขาดความมุ่งมั่น ไม่มีความพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการหรือเทคโนโลยี จะเป็นอุปสรรคอย่างมากต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานให้ประสบความสำเร็จ

๒.๒.๓ การแข่งขันและความไม่แน่นอน (Competition and Uncertainty) จากการศึกษาของ Yu Lin and Hui Ho (2008) พบว่า การแข่งขันในตลาดและความไม่แน่นอนที่

เกิดขึ้นในตลาด เนื่องจากสถานการณ์การแข่งขันทั้งในระดับโลกและระดับประเทศ รวมถึงความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลาย จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

๒.๒.๔ ลูกค้าไม่ทราบหรือไม่ตระหนักเกี่ยวกับสินค้าที่มาจากกระบวนการพัฒนาความยั่งยืน (Customers' unawareness of sustainable products) สำหรับแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานที่องค์กรได้พัฒนาขึ้น หากลูกค้าขาดการรับรู้หรือความตระหนักต่อที่มาของกระบวนการพัฒนาดังกล่าว จะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการใช้งานหรือซื้อสินค้า สอดคล้องกับ Lamming and Hampson (1996) ที่ศึกษาพบว่า ผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกาประมาณ ๗๕% ซื้อสินค้าเพราะได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ถึงชื่อเสียงของบริษัท และยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้ามากขึ้น หากบริษัทมีกระบวนการพัฒนาความยั่งยืนในกระบวนการ เช่น สินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่หากผู้บริโภคไม่รับรู้จะทำให้บริษัทที่พัฒนาความยั่งยืนไม่ประสบความสำเร็จ

๒.๒.๕ ขาดความร่วมมือกับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านความยั่งยืน (Lack of sustainable specialist) เรื่องดังกล่าวเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะการร่วมมือกับภาคเอกชนที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานจะช่วยให้ยกระดับให้รูปธรรมมากยิ่งขึ้น ผู้เชี่ยวชาญในที่นี้อาจไม่ได้หมายถึงบริษัท ธุรกิจที่เคยมีประสบการณ์เพียงอย่างเดียว แต่หมายถึงระดับบุคคล ผู้ผลิต หรือคนที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการพัฒนาความยั่งยืน หากองค์กรขาดที่ปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญด้านความยั่งยืนในองค์กรก็จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา

กล่าวโดยสรุป จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยใช้แนวทางการศึกษาของ Alzawawi (2014) เป็นหลัก ซึ่งได้วิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีทั้งหมด ๑๐ ปัจจัย ซึ่งมาจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร

ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ที่ช่วยพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

จากการศึกษาของ Tsaparas (2019) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัญหาการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ปัญหาหนึ่งที่สำคัญของการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน คือ ขาดการสร้างพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ได้แก่ วิสาหกิจภาคเอกชนที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจ และการเชื่อมโยงกับหน่วยงานของภาครัฐ เพื่อสร้างความเข้มแข็ง ยกระดับการจัดการทั้งห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น รวมถึงการสร้างเชื่อมโยงกับระดับรากหญ้า ในฐานะผู้ผลิต เพื่อส่งมอบคุณค่าของสินค้าและบริการ ไปจนถึงมือผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ Alzawawi (2014) ที่พบว่า ปัจจัยหนึ่งที่เป็นอุปสรรคสำคัญของ

การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ ขาดความร่วมมือกับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญด้านความยั่งยืน (Lack of sustainable specialist) เรื่องดังกล่าวเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะการร่วมมือกับภาคเอกชนที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานจะช่วยให้อุตสาหกรรมก้าวขึ้น

โดยภาคเอกชนในการวิจัยครั้งนี้ จะทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) โดยเฉพาะที่เข้าไปร่วมมือหรือช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน สาเหตุที่เลือกศึกษากับกลุ่มธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญของประเทศ มีมูลค่าสูงถึง ๒.๒ ล้านล้านบาท (๒๕๕๙) โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ ๑๕ ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) นอกเหนือจากมูลค่าตลาดขนาดใหญ่แล้ว ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งยังมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อตลาดแรงงาน โดยมีการจ้างงานราวร้อยละ ๑๕ ของการจ้างงานในประเทศ และมีบทบาทสำคัญในฐานะคนกลางที่เชื่อมระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค คู่ค้า เกษตรกรรายย่อย แรงงานในห่วงโซ่อุปทานให้เข้าถึงกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับค้าปลีกสมัยใหม่กับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน พบว่า Moro, Mendes and Neto (2015) ได้ศึกษาการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน กรณีศึกษาธุรกิจค้าปลีกประเภทแพชั่นในประเทศบราซิล โดยพิจารณาเรื่องความยั่งยืนด้านสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจเป็นเรื่องหลัก เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกของประเทศบราซิล เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมช่วยสร้างรายได้ต่อปี คิดเป็นร้อยละ ๒๒ ของ GDP ในบราซิล รวมถึงธุรกิจค้าปลีกยังเป็นตัวกลางที่เชื่อมโยงกับซัพพลายเออร์และผู้บริโภค หากเลือกซัพพลายเออร์ไม่ดี ไม่มีการพัฒนาความยั่งยืนก็จะส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาความยั่งยืนทั้งระบบห่วงโซ่อุปทานจนส่งผลกระทบต่อผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจค้าปลีกแพชั่นในบราซิลส่วนใหญ่ มีความต้องการที่จะบูรณาการเรื่องความยั่งยืนเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ คือ เรื่องการจัดหาซัพพลายเออร์ที่ต้องคัดเลือกซัพพลายเออร์ที่มีกระบวนการพัฒนาความยั่งยืน โดยพิจารณาจากการผลิตของซัพพลายเออร์ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีใบอนุญาตด้านสิ่งแวดล้อม ใบอนุญาตในการทำงานและสารเคมีที่ใช้ในการผลิต และไม่ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพ ความปลอดภัยกับผู้บริโภค ไม่มีปัญหาเรื่องแรงงานต่างด้าวหรือการเอาเปรียบแรงงาน รวมถึงมีระบบการป้องกันปัญหาดังกล่าวที่ดี ดังนั้นจะเห็นว่าหากมีการเลือกซัพพลายเออร์ที่มีการพัฒนาความยั่งยืนซึ่งเปรียบเสมือนเป็นต้นน้ำจะส่งผลต่อห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนของธุรกิจค้าปลีก

นอกจากนี้ ความร่วมมือระหว่างค้าปลีกสมัยใหม่กับภาครัฐ เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็มีความสำคัญ โดยจากการศึกษาของ ธวัชชัย เศรษฐจินดา (๒๕๖๐) ได้ศึกษาแนวทางการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการเพิ่มศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย พบว่า ภาครัฐควรที่จะเปิดโอกาสให้กับภาคเอกชนเข้าร่วมใน

แก้ไขปัญหาต่างๆ การส่งเสริมคุณภาพชีวิต การสร้างโอกาส การสร้างอาชีพเพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้น ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม เนื่องจากภาคเอกชนจะมีความรู้ความเข้าใจในแง่ของการบริหารธุรกิจ เศรษฐกิจ และผู้ประกอบการ โดยมีภาครัฐเป็นผู้ให้การสนับสนุน ซึ่งแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs จะต้องมีการสร้างกระบวนการปฏิบัติงาน การแก้ปัญหา และการตัดสินใจร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน พร้อมทั้งจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะและพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs เพื่อที่จะสามารถแก้ปัญหาและพัฒนาให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ และเมื่อเกิดปัญหาจะต้องมีการให้ความช่วยเหลือดูแลโดยมีการจัดตั้งศูนย์บริการ SMEs แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) สำหรับให้ข้อมูล และคำปรึกษาเพื่อให้ตรงกับสาเหตุของปัญหา ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่าแนวทางการเพิ่มศักยภาพของ SMEs จะต้องได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดีจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลประสบผลสำเร็จ เมื่อผู้ประกอบการประสบความสำเร็จแล้วก็จะสามารถต่อยอดธุรกิจและนำไปสู่การพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของ SMEs ประเทศไทยต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง “พัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า” ทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศ มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

สุรรัตน์ ศรีทะแก้ว และ สุเทพ นิมสสาย (๒๕๕๖) ได้ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานและความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการส่งออกของผลไม้สดไทยไปยังตลาดสหภาพเมียนมาร์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบห่วงโซ่อุปทานผลไม้สดของไทย และศึกษาถึงโอกาสและอุปสรรคทางธุรกิจในการส่งออกผลไม้สดไปยังตลาดสหภาพเมียนมาร์เพื่อสร้างความสามารถได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสังเกตและสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจงกับผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Analysis) เพื่อให้เห็นภาพของผู้ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานผลไม้สดของไทยได้อย่างชัดเจนและในการวิเคราะห์โอกาส อุปสรรคและการคาดการณ์ผลกระทบทางธุรกิจที่เกิดขึ้น ผลการศึกษาพบว่าห่วงโซ่อุปทานผลไม้สดของไทย เพื่อการส่งออกสู่ตลาดสหภาพเมียนมาร์ยังไม่มีประสิทธิภาพมากนักโดยเฉพาะความเชื่อมโยงของระบบการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานระหว่างภาครัฐ

ธเนศ เมฆฉาย (๒๕๔๗) ได้ศึกษาเรื่อง การส่งเสริมการจัดการห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความต้องการด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และติดตามผลสัมฤทธิ์หลัง

การดำเนินโครงการส่งเสริมการจัดการห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม ปีงบประมาณ ๒๕๕๖ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ผ่านการสำรวจจากแบบสอบถาม และเก็บข้อมูล จากผู้ประกอบการ SMEs จำนวน ๑๕๒ วิชากิจ ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการด้านระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจ ด้านการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ขณะที่ผลการศึกษาด้านผลสัมฤทธิ์ของโครงการ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs มีความพึงพอใจในการบริการของรัฐ และได้รับความรู้ ความเข้าใจในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ในระดับพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๖๓ ได้นำหลักการแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานมาใช้ก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านการผลิตสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ คิดเป็นร้อยละ ๒๐

ณัฐวุฒิ ธนเสน (๒๕๕๗) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้ประกอบการผลิต ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้าและผู้ประกอบการค้าปลีก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบบการบริหารจัดการความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น และเพื่อศึกษาปัญหาของระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงสาเหตุที่มาของปัญหาและอุปสรรคที่เกิดจากระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานระหว่างผู้ประกอบการผลิต ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า และผู้ประกอบการค้าปลีก ตลอดจนการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาของการพัฒนาระบบการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน โดยศึกษากับกลุ่มผู้บริหารระดับสูงของ โลตัสซูเปอร์เซ็นเตอร์ กลุ่มผู้ประกอบการผลิต กลุ่มผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า กลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีก กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ที่ตั้งอยู่ในเขตการปกครองพิเศษนครเชียงใหม่ ภาคราชการประชาชนจีน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเป็นส่วนหลัก โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิจัยเชิงปริมาณเป็นส่วนสนับสนุน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการทั้งสามฝ่าย ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิต ผู้ประกอบการศูนย์กระจายสินค้า และผู้ประกอบการค้าปลีก ต้องร่วมมือกัน พัฒนาเทคโนโลยีในการทำงานร่วมกัน ด้านข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและเป็นปัจจุบันทันเวลา ในลักษณะของระบบที่พัฒนาร่วมกันตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำของแต่ละองค์กร เพื่อนำมาพัฒนาร่วมกัน เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ ด้วยการนำเทคโนโลยีซอฟต์แวร์มาประยุกต์ใช้ เพื่อลดปัญหาต่างๆ จากการทำงานที่ซ้ำซ้อนกัน ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือมากขึ้น เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันด้วยพลังขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนเพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานของทุกฝ่าย ในการเก็บสินค้า การส่งมอบสินค้าไปยังผู้บริโภคอยู่ในปริมาณที่เหมาะสม ไม่มากเกินไปหรือน้อยเกินไป เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ศรินทร์ ชันติวัฒนกุล (๒๕๕๘) ได้ศึกษาปัญหาและแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักรเพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานปัญหาการตลาดของกลุ่มอาชีพ วิเคราะห์หาความแตกต่างของปัญหาตลาด

จำแนกตามประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือสมาชิกของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักร จำนวน ๑๑๙ คน ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพ โดยรวมอยู่ในระดับมีปัญหาหนัก ได้แก่ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ แนวทางการพัฒนาการตลาด ด้านราคา ควรมีการประชุมกลุ่มอาชีพที่มีการผลิตสินค้าแบบเดียวกัน เพื่อทำการตกลงราคาขายสินค้า นอกจากนี้ควรทำการปรับปรุงกระบวนการผลิต เพื่อให้ต้นทุนสินค้าลดลง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรหารถรับจ้างหรือมอเตอร์ไซด์รับจ้างในการส่งสินค้าไปยังสถานที่ขายสินค้า ใช้การส่งสินค้าทางไปรษณีย์ให้กับลูกค้าในต่างจังหวัดและนำสินค้าไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าต่างๆ สำหรับด้านการส่งเสริมการตลาด กลุ่มอาชีพควรได้รับการอบรมความรู้ด้านการขายสินค้าบนอินเทอร์เน็ต และวิธีการสร้างเว็บไซต์ นอกจากนี้ควรมีการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างเครือข่ายขึ้น

ผ่องใส เพ็ชรรักษ์ และศิริรัตน์ แจ่มรักษ์สกุล (๒๕๕๘) ได้ศึกษาการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์รถยนต์นั่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในปัจจุบันของผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในห่วงโซ่อุปทานของรถยนต์นั่ง และหากกลุ่มปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ในห่วงโซ่อุปทานของรถยนต์นั่ง โดยศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งเก็บข้อมูลกับผู้บริหารของสถานประกอบการ จำนวน ๑๙๓ ราย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ได้แก่ (๑) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เป็นมิติด้านการใช้ประโยชน์ของทรัพยากร ด้านการปลดปล่อยมลพิษและของเสีย (๒) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เป็นมิติด้านต้นทุน ด้านความยืดหยุ่นของผลิตภัณฑ์และกระบวนการ ด้านการปฏิบัติการส่งมอบ มิติด้านเวลาการส่งมอบและมิติด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และ (๓) ปัจจัยด้านสังคม เป็นมิติด้านพนักงาน

Teuteberg and Wittstruck (2010) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน เพื่อสรุปแนวความคิดและค้นหามุมมองที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในอนาคต โดยใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมจากบทความวิจัย วารสาร และหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน แล้วจึงนำมาข้อมูลวิเคราะห์และสังเคราะห์อย่างเป็นระบบด้วยวิธีวิเคราะห์อภิमान (Meta-Analysis) ผลการศึกษาพบว่า วรรณกรรมส่วนใหญ่จะใช้แนวความคิดของการพัฒนาความยั่งยืนที่เน้นการพัฒนาใน ๓ ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มาเชื่อมโยงกับแนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทาน เข้าไปในกลยุทธ์ และเป็นเป้าหมายของธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจสามารถจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า รวมถึงไม่ละเลยในเรื่องเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

Carter and Liane (2016) ได้ศึกษาการจัดการความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นระบบจากบทความวิจัยที่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลา ๒๐ ปีที่ผ่านมา โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทบทวน

วรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ผลการศึกษาพบว่า งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานส่วนใหญ่เป็นการศึกษาในมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ผ่านมุมมองด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของทฤษฎีที่เกี่ยวกับการพัฒนาความยั่งยืน ซึ่งส่วนใหญ่พูดถึงทฤษฎี Triple Bottom Line ซึ่งเป็นแนวคิดของ John Elkington (1998) โดยชี้ให้เห็นว่าธุรกิจจะเติบโตอย่างยั่งยืนได้นั้น จะต้องเติบโตอย่างสมดุลทั้ง ๓ ด้าน คือ People Planet และ Profit ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับการมองคุณค่าและประเมินความสำเร็จองค์กรอย่างสมดุล รวมถึงดำเนินกิจการด้วยความโปร่งใส มีธรรมาภิบาล ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถประเมินความเสี่ยงและตอบสนองต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้อย่างครบถ้วน อันจะนำไปสู่ความยั่งยืนขององค์กร

Rana, Abdullah, Arman, Mohd and Mohammad (2016) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยขับเคลื่อนประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานธุรกิจค้าปลีก และผลกระทบจากกลยุทธ์ลีน (Lean Strategy) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุปัจจัยขับเคลื่อนประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานธุรกิจค้าปลีก และการศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์ลีนที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยขับเคลื่อนและประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การจัดการสินค้าคงคลัง การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการการขนส่ง และการประสานความร่วมมือ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานธุรกิจค้าปลีก ในขณะที่บทบาทของซัพพลายเออร์มีผลกระทบในเชิงลบ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบด้วยว่า กลยุทธ์ลีนมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการการขนส่งและการประสานความร่วมมือกับประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทานธุรกิจค้าปลีก

Kot (2018) ได้ศึกษาเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญขององค์ประกอบของการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน ภายในกรอบของความสมดุลด้านธุรกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม ซึ่งใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม จำนวน ๓๘๓ วิสาหกิจ ผลการศึกษาพบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนในด้านสังคมได้รับการยอมรับว่าสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านธุรกิจ ตามลำดับ

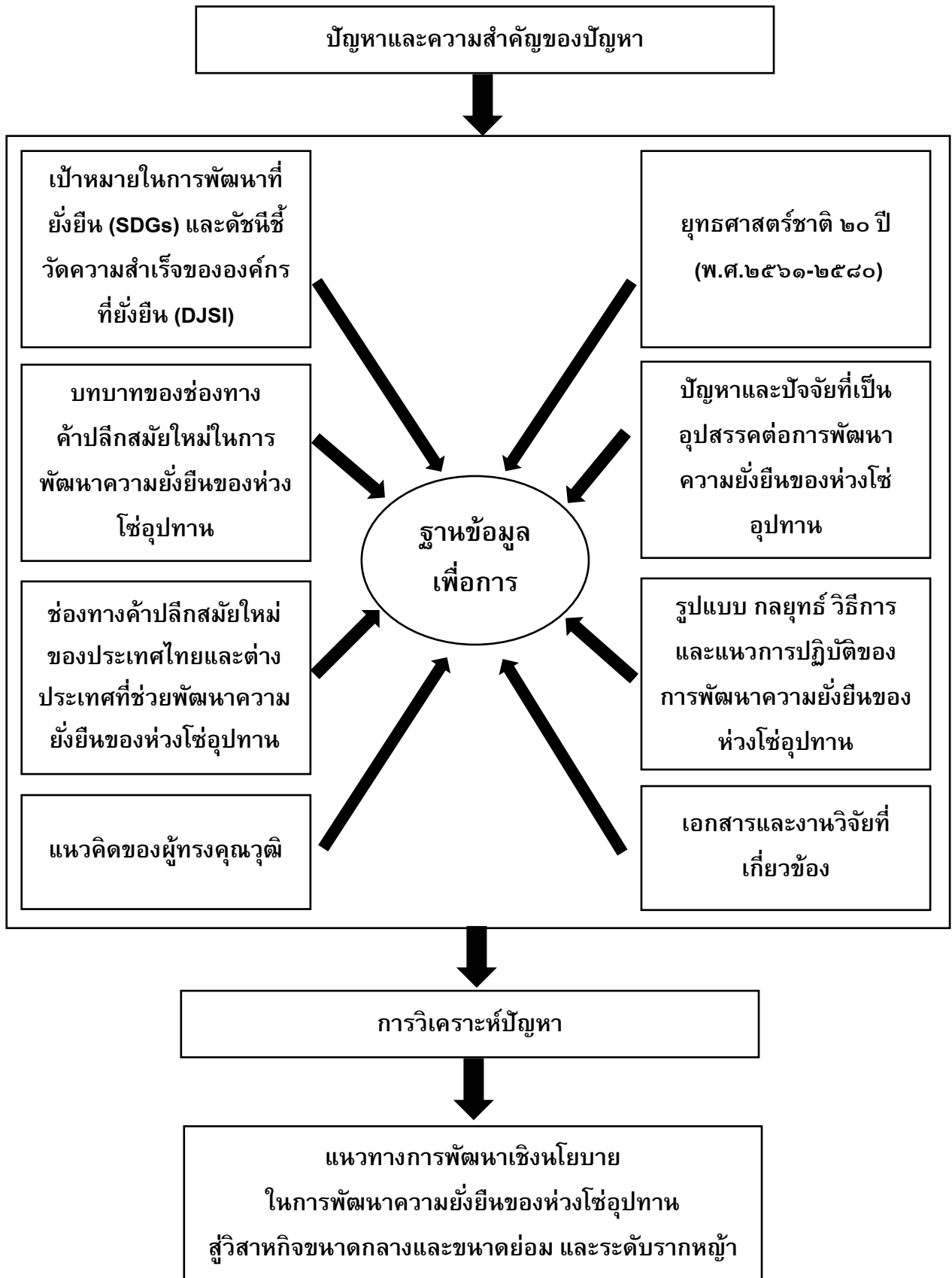
Tsaparas (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนระหว่างซัพพลายเออร์กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์และความคาดหวังระหว่างซัพพลายเออร์กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ในเรื่องของการปฏิบัติตามแนวทางความยั่งยืน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการวิเคราะห์จากรายงานความยั่งยืนประจำปีของบริษัท จำนวน ๒๐ บริษัท ตั้งแต่ปี 2015 – 2017 และใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า ขนาดของวิสาหกิจมีผลต่อความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์ในเรื่องของการปฏิบัติตามแนวทางความยั่งยืน เนื่องจากวิสาหกิจขนาดใหญ่จะมีแนวทางในการปฏิบัติเรื่องความยั่งยืนที่เคร่งครัดกว่าวิสาหกิจขนาดเล็ก รวมถึงวิสาหกิจขนาดใหญ่มีตัวเลือกของซัพพลายเออร์มาก จึงทำให้ความสัมพันธ์ของซัพพลายเออร์กับวิสาหกิจขนาดใหญ่ได้รับความกดดันมากกว่า

ความสัมพันธ์ของซีพีพลาเยอร์กับวิสาหกิจขนาดเล็ก แต่ในเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดใหญ่จะมีมาตรฐานสูงกว่าวิสาหกิจขนาดเล็ก

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) การพัฒนาความยั่งยืน การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ที่ช่วยพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยสำหรับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า ไว้ดังแผนภาพที่ ๒-๙

แผนภาพที่ ๒-๙ : กรอบแนวคิดของการวิจัย



สรุป

การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในระดับรากหญ้าและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในปัจจุบันถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างมากทั้งในระดับสากลและระดับประเทศ ซึ่งเป็นเรื่องที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ที่มุ่งเน้นการพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ เป็นตัวขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ในลักษณะของการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ และยังคงสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ โดยการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานนั้น จำเป็นต้องอาศัยการสร้างพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ได้แก่

๑. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเปรียบเสมือนเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ และเป็นกลไกที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบห่วงโซ่อุปทาน จึงจำเป็นต้องเข้าใจปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืน เพื่อหาแนวทางการแก้ปัญหาได้ตรงจุด
๒. คำปรึกษามือใหม่ ที่มีประสบการณ์ทางธุรกิจ ควรมีการทำงานเชิงรุก เป็นตัวกลางในการช่วยส่งเสริมศักยภาพของ SMEs รวมถึงประสานและเชื่อมโยงกับแนวนโยบายของภาครัฐ เพื่อยกระดับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน
๓. ภาครัฐ เป็นผู้กำหนดนโยบายและมีบทบาทส่งเสริมและสนับสนุนให้ SMEs ได้นำแนวทางหลักการของการพัฒนาความยั่งยืนมาใช้ตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน และ
๔. ภาคการเกษตรและชนบท ซึ่งเป็นระดับรากหญ้า เป็นกลุ่มเป้าหมายของการปรับโครงสร้างและพฤติกรรม และการกระจายศูนย์กลางความเจริญตามยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อให้การเติบโตของประเทศพัฒนาไปอย่างยั่งยืนโดยทุกคนต้องได้รับประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม และทำให้เกิดการสร้างงานในพื้นที่ ซึ่งเป็นการพลิกฟื้นโครงสร้างทางสังคมควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

บทที่ ๓

การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสัยทัศน์ขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาในเรื่อง “การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสัยทัศน์ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า” ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบด้วย ๒ ส่วน คือ ๑. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาและประกอบการอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น และ ๒. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) และได้กำหนดกรอบและขอบเขตของระเบียบวิธีวิจัย โดยสรุปดังนี้

วิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้เข้าใจความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ประสบการณ์ และปรากฏการณ์ต่างๆ ในเชิงลึก โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

๑. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ๑.๑ ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-๒๕๘๐)
- ๑.๒ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)
- ๑.๓ ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืน
- ๑.๔ ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการห่วงโซ่อุปทาน
- ๑.๕ ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน
- ๑.๖ ช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ที่ช่วยพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

๒. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล กับกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เพื่อศึกษา ๑. ปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ๒. ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานใน มิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า และ ๓. แนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้าน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับ รากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพ ความสามารถในการ แข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน

ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคลนั้น ใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง ซึ่งเป็น วิธีการวิจัยที่เปิดกว้างหรือมีการนำคำสำคัญ (keywords) มาใช้ประกอบในการชี้้นำการสัมภาษณ์ โดยมีการร่างข้อคำถามที่มีลักษณะปลายเปิด มีคำสำคัญและลักษณะของข้อคำถามที่มีความยืดหยุ่น และเปิดกว้าง พร้อมทั้งจะมีการปรับเปลี่ยนถ้อยคำของข้อคำถามให้มีความสอดคล้องกับผู้มีส่วนร่วมใน การวิจัยหรือผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งการสัมภาษณ์ในลักษณะดังกล่าว จะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความ หลากหลายในมิติต่างๆ และข้อเท็จจริงในทางปฏิบัติ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่ม ตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่ อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็น รายบุคคล จำนวนทั้งสิ้น ๒๐ ราย ซึ่งประกอบด้วย ๒ กลุ่ม ดังนี้

๑. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และทราบข้อมูลเกี่ยวกับนโยบาย กลยุทธ์ และกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ เจ้าของบริษัทหรือผู้บริหารระดับสูง เช่น ประธานบริษัท กรรมการผู้จัดการ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง จากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ได้รับรางวัลจากการประกวด “เซเว่น อีเลฟเว่น เอสเอ็มอีไทยยั่งยืน” ประจำปี ๒๕๕๙- ๒๕๖๑ ที่บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดการประกวด โดยสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวนทั้งสิ้น ๑๖ ราย ประกอบด้วยวิสาหกิจขนาดกลาง จำนวน ๘ ราย และวิสาหกิจขนาดย่อม จำนวน ๘ ราย ซึ่ง มีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้

๑.๑ เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในประเทศไทย ตามเกณฑ์การแบ่งขนาดวิสาหกิจในประเทศไทย ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ๒๕๖๒ ดังตารางที่ ๓-๑

ตารางที่ ๓-๑ เกณฑ์การแบ่งขนาดวิสาหกิจในประเทศไทย

ขนาด	กิจการ	รายได้ต่อปี	จำนวนการจ้างงาน
ขนาด ย่อม	ผลิตสินค้า	ไม่เกิน ๑๐๐ ล้านบาท	ไม่เกิน ๕๐ คน
	บริการ/ค้าส่ง/ ค้าปลีก	ไม่เกิน ๕๐ ล้านบาท	ไม่เกิน ๓๐ คน
ขนาด กลาง	ผลิตสินค้า	เกินกว่า ๑๐๐-๕๐๐ ล้านบาท	เกินกว่า ๕๐-๒๐๐ คน
	บริการ/ค้าส่ง/ ค้าปลีก	เกินกว่า ๕๐-๓๐๐ ล้านบาท	เกินกว่า ๓๐-๑๐๐ คน

ที่มา : กฎกระทรวง และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๖๒

๑.๒ เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีประเภทกิจการใน ๒ กลุ่มหลัก กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ได้แก่ กิจการผลิตสินค้า กิจการบริการและการค้า (ทั้งค้าส่งและค้าปลีก)

๑.๓ เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับรางวัลจากการประกวด “เซเว่น อีเลฟเว่น เอสเอ็มอีไทยยั่งยืน” ประจำปี ๒๕๕๙-๒๕๖๑ ที่บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

๑.๔ เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีค้าปลีกสมัยใหม่ โดย 7-Eleven หรือธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่รายอื่นๆ เข้าไปมีบทบาทในการสนับสนุน/ส่งเสริมศักยภาพหรือการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน

๑.๕ เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีความยินดีให้สัมภาษณ์และเปิดเผยข้อมูล

๒. ระดับรากหญ้า ได้แก่ เกษตรกร ชาวนา ชาวสวน ชาวไร่ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงจากระดับรากหญ้าที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานทางธุรกิจและได้รับการสนับสนุนจาก 7-Eleven โดยสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวนทั้งสิ้น ๔ ราย ซึ่งมีเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้

๒.๑ เป็นเกษตรกร ชาวนา ชาวสวน ชาวไร่ ที่เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในประเทศไทย เช่น ส่งสินค้าเกษตรขายให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบ หรือส่งสินค้าเกษตรขายให้กับค้าปลีกสมัยใหม่

๒.๒ เป็นเกษตรกร ชาวนา ชาวสวน ชาวไร่ ที่ได้รับการสนับสนุนจากค้าปลีกสมัยใหม่ เช่น 7-Eleven หรือธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่รายอื่นๆ ในการส่งเสริมศักยภาพ เช่น การให้ความรู้ทางการเกษตร การแปรรูปสินค้าเกษตร เป็นต้น

๒.๓ เป็นเกษตรกร ชาวนา ชาวสวน ชาวไร่ ที่มีความยินดีให้สัมภาษณ์และเปิดเผยข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

๑. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืน การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้าผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

๒. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยมีการร่างข้อคำถามไว้ล่วงหน้า เป็นข้อคำถามที่มีลักษณะปลายเปิด มีค่าสำคัญและลักษณะของข้อคำถามที่มีความยืดหยุ่นและเปิดกว้าง พร้อมทั้งจะมีการปรับเปลี่ยนถ้อยคำของข้อคำถามให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งการสัมภาษณ์ในลักษณะดังกล่าวมีความเหมาะสมอย่างยิ่งในการนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเจ้าของบริษัทหรือผู้บริหารระดับสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจตนเอง อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แสดงความรู้และความคิดเห็น หรือทัศนคติได้อย่างหลากหลายในทุกแง่มุม และผู้วิจัยสามารถสอบถาม ติดตาม เรียบเรียงข้อมูล ข้อเท็จจริงหรือรายละเอียดปลีกย่อย และประเด็นที่มีความสำคัญหรือมีความน่าสนใจในแต่ละประเด็นคำตอบจากผู้ให้สัมภาษณ์ อันจะทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลายและข้อเท็จจริงในทางปฏิบัติที่มีความหลากหลายในมิติต่างๆ

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ จะมี ๒ แบบ ได้แก่ ๑. แบบสัมภาษณ์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ ๒. แบบสัมภาษณ์สำหรับรากหญ้า ได้แก่ เกษตรกร ชาวนา ชาวสวน ชาวไร่ โดยประเด็นคำถามสำคัญ เกี่ยวข้องกับ ๔ ประเด็นหลัก ดังนี้

๒.๑ ข้อมูลพื้นฐานด้านธุรกิจของ SMEs และข้อมูลการทำการเกษตรของรากหญ้า

๒.๒ ปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

๒.๓ ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

๒.๔ ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ผู้วิจัยได้เตรียมประเด็นคำถามไว้ล่วงหน้า เป็นข้อคำถามที่มีลักษณะปลายเปิด มีคำสำคัญและลักษณะของข้อคำถามที่มีความยืดหยุ่นและเปิดกว้าง พร้อมทั้งจะมีการปรับเปลี่ยนถ้อยคำของข้อคำถามให้มีความสอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์กลุ่มต่างๆ ที่กำหนดไว้ เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีขั้นตอนการสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกดังนี้

๑. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต

๒. วิเคราะห์ข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ในประเด็นที่สำคัญ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางของข้อคำถามในการสัมภาษณ์ที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย

๓. กำหนดแนวทางของข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งคำตอบที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย

๔. สร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง โดยมีข้อคำถามลักษณะปลายเปิด มีคำสำคัญ และลักษณะของข้อคำถามที่มีความยืดหยุ่นและเปิดกว้าง

๕. นำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อศึกษาลักษณะความเข้าใจในแบบสัมภาษณ์ จากนั้นนำมาปรับปรุงและแก้ไขตรวจสอบอีกครั้งก่อนไปใช้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น ๒ ส่วน ดังนี้

๑. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาถึงแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืน การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสัยทัศน์กลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้าผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

๒. การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

๒.๑ ผู้วิจัยดำเนินการนัดหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ด้วยการโทรศัพท์ขออนุญาตสัมภาษณ์ หรือติดต่อนัดหมายผ่านผู้ที่มีความใกล้ชิดกับผู้ให้ข้อมูลหลัก (ถ้ามี) ในกรณีที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่สะดวกที่จะให้เข้าพบ ผู้วิจัยขออนุญาตทำการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์แทน ซึ่งการสัมภาษณ์แต่ละครั้งใช้เวลาประมาณ ๓๐-๖๐ นาที

๒.๒ ก่อนทำการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยขออนุญาตกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการบันทึกข้อมูลโดยการจดบันทึกและการใช้เครื่องบันทึกเสียง เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นภาพรวมเท่านั้น และจะไม่นำข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลสำคัญไปเปิดเผยจนทำเดือนร้อนหรือเสียหาย

๒.๓ ในระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้คำถามแบบไม่เป็นทางการ สนทนาแบบธรรมชาติ และไม่สร้างความอึดอัดแก่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยแจ้งให้ทราบว่า การสัมภาษณ์นี้จะแบบเปิดกว้างไม่จำกัดคำตอบ และคำตอบของผู้ให้ข้อมูลสำคัญไม่มีถูกไม่มีผิด เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเป็นอิสระที่จะเล่าเรื่องต่างๆ ของธุรกิจตนเอง ซึ่งในระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะทำการสังเกตควบคู่ไปกับการสัมภาษณ์ ซึ่งเป็นการสังเกตโดยอิสระจากการบันทึกการสังเกต เพื่อสังเกตความเข้าใจ ความรู้สึก และปฏิกิริยาของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

๒.๔ เมื่อทำการสัมภาษณ์เสร็จสิ้น ผู้วิจัยทำการทบทวนประเด็นคำตอบทันทีว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยอย่างครบถ้วนหรือไม่ หากมีข้อสงสัยหรือไม่ชัดเจนในข้อมูลทำการสัมภาษณ์เพิ่มหรือขออนุญาตติดต่อทางโทรศัพท์ เพื่อสอบถามภายหลังอีกครั้ง

๒.๕ แสดงความขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากการเสียสละเวลาและการให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์

๒.๖ นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ไปวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพต่อไป

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยในครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้น ๔ เดือน โดยเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง เดือนเมษายน พ.ศ.๒๕๖๓

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยวิธีการวิเคราะห์จะเป็นไปตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

๑. ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลจากการจดบันทึก และการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์

๒. นำข้อมูลจากเครื่องบันทึกเสียงสัมภาษณ์มาถอดเป็นข้อความ จากนั้นทำการจัดระเบียบข้อมูลด้วยการจัดกลุ่มข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ แล้วจึงตีความหรือแปลความหมายของข้อค้นพบ

๓. นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่จัดลำดับความสำคัญแล้วนำมาเปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลจากทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ทราบถึงลักษณะที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันของข้อมูล

๔. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และจากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อนำไปสู่การเชื่อมโยงข้อมูลเข้าด้วยกัน แสดงความสำคัญของข้อมูลได้ชัดเจนยิ่งขึ้น รวมถึงการวิเคราะห์โดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ในแง่ต่างๆ ตามข้อเท็จจริง ทั้งในเชิงเหตุและผล

๕. วิเคราะห์เปรียบเทียบช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ของประเทศไทยและต่างประเทศในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ซึ่งการวิเคราะห์ทั้งหมดจะแสดงออกมาในลักษณะของแบบรายงานวิจัยเชิงพรรณนาและวิเคราะห์

สรุป

ในการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า” เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ๓ เรื่อง ได้แก่ ๑. เพื่อศึกษาปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ๒. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า และ ๓. เพื่อศึกษาแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งประกอบด้วย ๒ ส่วน คือ ๑. การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืน การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ และ ๒. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นรายบุคคล จำนวนทั้งสิ้น ๒๐ ราย ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน ๑๖ ราย และระดับรากหญ้า ได้แก่ เกษตรกร ชวนา ชาวสวน ชาวไร่ จำนวน ๔ ราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย และนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนำไปวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์เปรียบเทียบ และสังเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี หลักการต่างๆ

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

ในบทนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิจัยในการวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า เป็นกรณีศึกษาในต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ โดยการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ และเปรียบเทียบผลการวิจัยกับกรณีศึกษาในประเทศไทย โดยการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ๓ เรื่อง ประกอบด้วย

๑. เพื่อศึกษาปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

๒. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

๓. เพื่อศึกษาแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน

ผู้วิจัยเสนอรายละเอียดของผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในแต่ละเรื่องดังต่อไปนี้

ปัญหาห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

ผลการวิจัยในส่วนนี้มาจากข้อมูลทุติยภูมิ โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า โดยเป็นผลการวิจัยกรณีศึกษาในต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เปรียบเทียบกับประเทศไทย โดยมีรายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

๑. ประเทศสหรัฐอเมริกา

เป็นผู้ส่งออกและผู้นำเข้าสินค้าและบริการที่ใหญ่ที่สุดของโลกและยังเป็นผู้รับเงินทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) มากที่สุดในโลก จึงเป็นสิ่งชัดเจนว่าการค้าและการลงทุน มีความสำคัญต่อความเจริญรุ่งเรืองของเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดของโลก โดยการค้าและการลงทุนนั้น ช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ สนับสนุนงานที่มีคุณภาพและช่วยกระจายความคิด นวัตกรรม และคุณค่าของอเมริกัน ดังนั้นการศึกษาปัญหาและแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานของ SMEs ในสหรัฐอเมริกา จึงเป็นตัวอย่างที่ดีเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานของ SMEs ในประเทศไทยต่อไป

สหรัฐอเมริกา มีเกณฑ์การแบ่งขนาดของวิสาหกิจเป็นขนาดใหญ่และขนาดเล็กเท่านั้น ซึ่งวิสาหกิจขนาดเล็ก จะเป็นธุรกิจที่มีจำนวนลูกจ้างไม่เกิน ๕๐๐ คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อปีไม่เกิน ๗ ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีหน่วยงานหลักในการดำเนินงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดเล็กคือ สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดเล็ก หรือ SBA (Small Business Administration) ซึ่งจัดตั้งโดยรัฐบาลกลางตั้งแต่ปี ๒๔๙๖ จำนวนวิสาหกิจขนาดเล็กในสหรัฐอเมริกา อยู่ที่ระดับ ๒๘.๘๕ ล้านราย คิดเป็นสัดส่วน ๘๖.๖ ต่อประชากร ๑,๐๐๐ คน มีการจ้างงาน ๑๑๑.๗ ล้านตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๗ ต่อการจ้างงานทั้งระบบ วิสาหกิจขนาดเล็กมีส่วนที่ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยการช่วยสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) มากถึงร้อยละ ๕๐ ของทั้งระบบเศรษฐกิจ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๖๐)

ปัญหาห่วงโซ่อุปทานของ SMEs และระดับรากหญ้าในประเทศสหรัฐอเมริกา

Byrne (2020) ได้ศึกษา พบว่า ปัญหาห่วงโซ่อุปทานของ SMEs ของสหรัฐอเมริกา โดยทั่วไปที่ต้องเผชิญมีหลายด้าน สามารถสรุปได้ดังนี้

๑.๑ ขาดเงินทุนหมุนเวียนสำหรับห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Cost) เนื่องจากการใช้จ่ายด้านห่วงโซ่อุปทานมีสัดส่วนค่อนข้างสูง วิสาหกิจขนาดเล็กซึ่งมีเงินทุนหมุนเวียนทางธุรกิจน้อยและมีกระแสเงินสดไม่มั่นคง (Cash Flow) เมื่อเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ต้องแบกรับต้นทุนในการจัดการห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น เช่น ต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบ ต้นทุนสินค้าคงคลังและการเก็บรักษา การจัดการสินค้าคงคลังที่ไม่เพียงพอ ค่าใช้จ่ายจากการขนส่งสินค้า เป็นต้น

๑.๒ ขาดการนำกลยุทธ์ของห่วงโซ่อุปทานมาใช้ Tompkins (2014) กล่าวว่า วิสาหกิจขนาดเล็กมากกว่าร้อยละ ๕๐ ดำเนินธุรกิจเพียงลำพัง โดยไม่ได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการนำแนวคิดของการจัดการห่วงโซ่อุปทานมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากวิสาหกิจขนาดเล็กยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับกลยุทธ์ของห่วงโซ่อุปทาน จึงไม่ได้ให้ความสำคัญ

Walmart เป็นตัวอย่างที่ดีของบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนากลยุทธ์ห่วงโซ่อุปทานที่โดดเด่นและได้รับรางวัล เช่น การสร้างความร่วมมือกับ Vendors เพื่อลดราคาสินค้า การใช้เทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพของห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น

๑.๓ การจัดการสินค้าคงคลังขาดประสิทธิภาพ (Inventory Management) วิชาทิจขนาดเล็กหลายรายไม่มีระบบและไม่มีให้นำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการสินค้าคงคลังที่มาจากซัพพลายเออร์ ทำให้ข้อมูลสินค้าคงคลังไม่มีความถูกต้อง ไม่เป็นแบบ Real Time การปฏิบัติงานในบางขั้นตอนมีความซ้ำซ้อน หรือใช้เวลาในการปฏิบัติงานตั้งแต่การรับสินค้า การตรวจนับมากเกินความจำเป็น เป็นต้น ส่งผลกระทบต่อเงินทุนหมุนเวียนและกระแสเงินสด เนื่องจากใช้เวลาในการตรวจสอบนาน

๑.๔ ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงาน พนักงานที่ได้รับการจ้างงานในกลุ่มวิชาทิจขนาดเล็กของสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่จะมีปัญหาการเข้า-ออกสูง เนื่องจากย้ายไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้แรงงานไม่เพียงพอ และคุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอ การพัฒนาไม่ต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้าด้วย

๑.๕ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมในระบบห่วงโซ่อุปทาน วิชาทิจขนาดเล็กบางรายต้องสูญเสียรายได้และประสบความสำเร็จเนื่องจาก การผิดจริยธรรมและดำเนินธุรกิจโดยขาดความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ในระบบห่วงโซ่อุปทานหาก วิชาทิจขาดการตรวจสอบของแหล่งที่มาของวัตถุดิบหรือสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพจากซัพพลายเออร์ที่ผิดจริยธรรมและขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างธุรกิจที่ประสบปัญหาดังกล่าว เช่น ในปี 2014 ยอดขายอาหารฟาสต์ฟู้ดของ McDonalds ในเอเชียลดลง ๗% หลังจากพบว่า ซัพพลายเออร์จีนรายหนึ่งขายเนื้อสัตว์ที่หมดอายุแล้ว ในปี 2015 Nestle ค้นพบว่าผลิตภัณฑ์ปลาที่จัดหาจากประเทศไทย เพื่อใช้ในแบรนด์อาหารแมวนั้น ได้มาจากซัพพลายเออร์ที่มีการใช้แรงงานเหมือนทาส และในปี 2016 ASOS Mark & Spencer และ Uniqlo พบว่ามีการใช้แรงงานเด็กในห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น

๑.๖ การจัดการซัพพลายเออร์ขาดประสิทธิภาพ ในระบบห่วงโซ่อุปทานที่เข้มแข็งของวิชาทิจจะมีความเชื่อมโยงกับประสิทธิภาพของซัพพลายเออร์ เนื่องจากซัพพลายเออร์ไม่ได้อยู่ภายใต้การควบคุมโดยตรงของวิชาทิจ ดังนั้นการทำงานร่วมกันระหว่างวิชาทิจและซัพพลายเออร์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ห่วงโซ่อุปทานประสบความสำเร็จ และในมุมมองของผู้บริโภค ผู้บริโภคมองซัพพลายเออร์รวมกันกับวิชาทิจ ดังนั้นวิชาทิจต้องตระหนักถึงการยกระดับการจัดการซัพพลายเออร์เพื่อรักษามาตรฐานของสินค้าหรือบริการที่ดี รวมถึงจะช่วยลดต้นทุนของห่วงโซ่อุปทานได้อีกด้วย

๑.๗ การขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม วิชาทิจขนาดเล็กบางรายไม่มีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมในระบบของห่วงโซ่อุปทาน โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบห่วงโซ่อุปทานอาจสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานเพื่อลด

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีผลทำให้วิสาหกิจประสบความล้มเหลวและไม่ยั่งยืน เช่น การกำจัดของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่มีการใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น

๒. ประเทศจีน

เป็นประเทศที่มีศักยภาพและเป็นผู้นำในหลายๆ ด้านของโลก เช่น การเติบโตและขยายตัวของเมือง การซื้อสินค้าออนไลน์ ระบบขนส่งความเร็วสูงและโลจิสติกส์ และเศรษฐกิจสีเขียว เป็นต้น เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจใหญ่และมีผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการศึกษาปัญหาและแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานของ SMEs ในจีน จึงเป็นตัวอย่างที่ดีเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานของ SMEs ในประเทศไทยต่อไป สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๖๐)

SMEs ในประเทศจีน มีบทบาทในระบบเศรษฐกิจจีนในปัจจุบันเป็นอย่างมาก โดยในปี ๒๕๖๐ SMEs จีนได้สร้างมูลค่าทางสินค้าและบริการเทียบเท่ากับร้อยละ ๖๐ ของ GDP ทั้งจีน มีการชำระภาษีคิดเป็นร้อยละ ๕๐ ของรายได้ภาษีทั้งประเทศ ตลอดจนมีการจดสิทธิบัตรนวัตกรรมและสิ่งประดิษฐ์คิดเป็นร้อยละ ๖๕ จากทั้งหมดในจีน และได้สร้างสรรค์สินค้าใหม่มากกว่าร้อยละ ๘๐ ของสินค้าใหม่ทั่วประเทศจีน และลักษณะของ SMEs ในประเทศจีน ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดเล็ก เป็นลักษณะธุรกิจส่วนตัว/ธุรกิจครอบครัวที่มีการลงทุนไม่สูงมาก การดำเนินธุรกิจที่ยืดหยุ่น ปรับตัวได้อย่างรวดเร็วเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของลูกค้า ถือเป็นกลุ่มธุรกิจหลักในระบบเศรษฐกิจจีน จากสถิติในปี ๒๕๖๐ พบว่า วิสาหกิจทุกประเภทในจีนมีจำนวนรวมประมาณ ๑๕.๒๘ ล้านราย แบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดเล็กจำนวนกว่า ๑๑.๗ ล้านราย ซึ่งครองสัดส่วนร้อยละ ๗๖.๕๗ ของทั้งหมด ทั้งนี้หากนำกลุ่มธุรกิจรายย่อย (ธุรกิจส่วนตัว/ธุรกิจครอบครัว) อีกจำนวน ๔๔.๓๖ ล้านรายนับรวมเข้าไปกับวิสาหกิจทุกประเภทในจีนด้วยแล้ว วิสาหกิจขนาดเล็กมีสัดส่วนมากถึงร้อยละ ๙๔.๑๕ ของวิสาหกิจทุกประเภทในจีน

ปัญหาห่วงโซ่อุปทานของ SMEs และระดับรากหญ้าในประเทศจีน

Rossarin Osathanukul (2010) ได้ศึกษา พบว่า ปัญหาห่วงโซ่อุปทานของ SMEs จีน โดยทั่วไปที่ต้องเผชิญมีหลายด้าน สามารถสรุปได้ดังนี้

๒.๑ ขาดเงินทุนหมุนเวียนสำหรับห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากการใช้จ่ายด้านห่วงโซ่อุปทานมีสัดส่วนค่อนข้างสูง และ SMEs มีเงินทุนหมุนเวียนทางธุรกิจน้อยและมีกระแสเงินสดไม่มั่นคง เมื่อเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ต้องแบกรับต้นทุนในการจัดการห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น เช่น ต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบ ค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน ค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งสินค้า เป็นต้น

๒.๒ ระบบโลจิสติกส์ขาดประสิทธิภาพ ในระบบของห่วงโซ่อุปทานนั้นโครงสร้างของระบบโลจิสติกส์ถือว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างมาก SMEs ในจีนมักเผชิญกับปัญหาหลักใน ๒ ด้าน คือ ด้านฮาร์ดแวร์ เทคโนโลยีและระบบที่ไม่พร้อมหรือมีไม่เพียงพอเหมือนธุรกิจขนาดใหญ่ และด้าน

ซอฟต์แวร์ ได้แก่ แรงงานขาดความความรู้และทักษะที่จำเป็นสำหรับธุรกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถของ SMEs เพื่อเข้าสู่ตลาด

๒.๓ ขาดความรู้ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นระบบ ปัญหาด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน SMEs มักใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ของตนเองหรือบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้อง ซึ่งการจัดการในลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง แต่เมื่อกิจการขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาขึ้น

๒.๔ ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีทักษะ พนักงานที่ได้รับการจ้างงานในกลุ่ม SMEs ส่วนใหญ่จะมีคุณภาพต่ำ ขาดการฝึกอบรมวิชาชีพ ส่งผลต่อการผลิตและคุณภาพสินค้า

๒.๕ ขาดพันธมิตรทางธุรกิจ เนื่องจาก SMEs ในประเทศจีนส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดเล็ก เป็นลักษณะธุรกิจส่วนตัว/ธุรกิจครอบครัวที่มีการลงทุนไม่สูงมาก เน้นการพึ่งพาตนเอง จึงมีความอ่อนไหวกับความผันผวนทางเศรษฐกิจและปัญหาต่างๆ ที่อาจเข้ามามีผลกระทบ ซึ่งการมีพันธมิตรทางธุรกิจจะช่วยบรรเทาผลกระทบเหล่านั้นได้

๒.๖ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจาก SMEs ละเลยด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น การทำสินค้าเลียนแบบ การใช้วัตถุดิบที่ด้อยคุณภาพ และขาดมาตรการดูแลซัพพลายเออร์ เป็นต้น ทำให้ SMEs บางรายต้องสูญเสียรายได้และประสบความล้มเหลวทางธุรกิจ และส่งผลกระทบต่อความยั่งยืน

๒.๗ ขาดการจัดการสิ่งแวดล้อมในบริเวณรอบๆ สถานประกอบการ ทำให้เกิดความไม่สมดุลในสภาพแวดล้อมและชุมชนโดยรอบ เช่น การปล่อยน้ำเสีย สารเคมี ควัน และฝุ่นละอองและก่อให้เกิดการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนอย่างที่ต้องการ

๓. ประเทศญี่ปุ่น

นับเป็นหนึ่งในต้นแบบสำคัญของการส่งเสริม SMEs ของโลก เนื่องจาก SMEs เป็นกลุ่มธุรกิจพื้นฐานของเศรษฐกิจในประเทศญี่ปุ่น อีกทั้งยังสร้างมูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมการผลิตมากกว่าร้อยละ ๕๐ ของอุตสาหกรรมการผลิตประเทศ ดังนั้นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจของญี่ปุ่น ในปัจจุบัน SMEs ของประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๙๙.๗ ของวิสาหกิจทั้งหมด โดยมีจำนวน SMEs มากกว่า ๕ ล้านราย ก่อให้เกิดการจ้างงาน ร้อยละ ๗๕ ของแรงงานทั้งหมด ส่วนที่เหลือร้อยละ ๒๕ อยู่ในวิสาหกิจขนาดใหญ่ สำหรับการบริหารจัดการนโยบายและมาตรการส่งเสริม SMEs ของญี่ปุ่น มีสำนักวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEA) ทำหน้าที่ในการวางแผนและออกแบบนโยบายการส่งเสริม SMEs ของประเทศ (สุชาติ อุดมโสภากิจ, ๒๕๕๗)

หากพิจารณาจุดแข็งและจุดอ่อนของ SMEs ในญี่ปุ่น จะเห็นได้ว่า เรื่องที่เป็นจุดแข็งของ SMEs ในญี่ปุ่น คือ ๑. เศรษฐกิจของญี่ปุ่นเอื้อต่อความมั่นใจของ SMEs เนื่องจากระบบเศรษฐกิจของ

ประเทศอยู่ในทิศทางขาขึ้นโดยมีตัวจักรขับเคลื่อนการเติบโต ได้แก่ การฟื้นตัวด้านอุปสงค์ภายในประเทศ และการฟื้นตัวด้านการลงทุน ขณะที่ภาคส่งออกก็มีการฟื้นตัวให้เห็น ดังนั้น แนวโน้มเชิงบวกที่ต่อเนื่องส่งผลดีต่อการจ้างงาน รายได้ครัวเรือน และความมั่นใจของผู้บริโภค และ ๒. สถานการณ์ SMEs ที่เน้นรับช่วงงานต่อจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ (Subcontracting) มีเพิ่มมากขึ้น

แต่อย่างไรก็ตาม SMEs ในญี่ปุ่นยังมีจุดอ่อนที่เป็นปัญหาให้ SMEs ต้องเผชิญในเรื่องการเป็นสังคมผู้สูงอายุ ทำให้ตลาดแรงงานตึงตัวมากขึ้นเรื่อยๆ ขณะที่ปริมาณของทรัพยากรบุคคลภายในประเทศมีแนวโน้มที่หดตัว รวมถึงปัญหาการขาดทายาทสืบทอดธุรกิจจะรุนแรงมากขึ้นตามลำดับภายในสภาพการณ์ที่ผู้ประกอบการ SMEs จะถึงระยะเกษียณอายุงานตัวเองพร้อมกันเนื่องจากญี่ปุ่นเป็นสังคมผู้สูงอายุ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๖๐)

ปัญหาห่วงโซ่อุปทานของ SMEs และระดับรากหญ้าในประเทศญี่ปุ่น

๓.๑ ขาดเงินทุนหมุนเวียนสำหรับห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากการใช้จ่ายด้านห่วงโซ่อุปทานมีสัดส่วนค่อนข้างสูง ซึ่ง SMEs มีเงินทุนหมุนเวียนทางธุรกิจน้อยและมีกระแสเงินสดไม่มั่นคงเมื่อเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ต้องแบกรับต้นทุนในการจัดการห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น รวมถึง SMEs ในญี่ปุ่นหลายรายมีหนี้สินค้างชำระสูง ซึ่งเกิดจากการลงทุนที่เกินกว่าขอบเขตกระแสเงินสดของตนเอง ทำให้ไม่มีเงินในการชำระหนี้สินและขาดเงินทุนหมุนเวียน

๓.๒ ปัญหาด้านการผูกขาด SMEs ในญี่ปุ่นส่วนใหญ่ จะถูกผู้ประกอบการขนาดใหญ่เอาเปรียบหรือไม่ได้รับความเป็นธรรม โดยที่ไม่สามารถทำอะไรได้ โดยผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีความสำคัญในกลไกการตลาดอย่างมากเพราะมีมูลค่าการลงทุนที่สูง โดยทางญี่ปุ่นได้ตราพระราชบัญญัติป้องกันการผูกขาดและการรักษาการค้าที่เป็นธรรม ค.ศ. ๑๙๔๗ เพื่อให้ความเป็นธรรมแก่ SMEs

๓.๓ ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงาน เนื่องจากประเทศญี่ปุ่นเป็นสังคมผู้สูงอายุ มีประชากรผู้สูงอายุมากกว่าวัยทำงาน ทำให้การหาแรงงานยากมากขึ้น ค่าแรงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ทำให้จำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีหุ่นยนต์เข้ามาทดแทน ประเทศญี่ปุ่นประสบปัญหาลักษณะดังกล่าวและเสี่ยงที่ SMEs จะต้องปิดตัวลง

๓.๔ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากในเรื่องดังกล่าวรัฐบาลของญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับเรื่องนี้อย่างมาก แต่ยังคงพบว่ามี SMEs ที่ละเลยด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังกล่าวอยู่ เช่น การใช้วัตถุดิบที่ด้อยคุณภาพ ขาดมาตรการดูแลซัพพลายเออร์ และการจัดการที่ขาดประสิทธิภาพทำให้เกิดผลกระทบต่อสังคมหรือสิ่งแวดล้อม

๓.๕ ขาดการจัดการสิ่งแวดล้อม SMEs ในประเทศญี่ปุ่น จะประสบปัญหาด้านการจัดการขยะค่อนข้างสูง ทั้งการทิ้งขยะที่ผิดกฎหมาย ดินปนเปื้อนสารพิษและมลพิษทางทะเล รวมถึงปัญหาในกระบวนการกำจัดขยะ ทำให้เกิดความไม่สมดุลในสภาพแวดล้อมและชุมชนโดยรอบ

๔. ประเทศเกาหลีใต้

รัฐบาลเกาหลีใต้ให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และธุรกิจเกิดใหม่ (Startups) อย่างมาก เนื่องจากธุรกิจทั้งสองประเภทนี้มีสัดส่วนจำนวนธุรกิจสูงและสามารถสร้างแหล่งรายได้ที่กระจายเข้าถึงประชาชนรายย่อยได้อย่างแท้จริง ประกอบกับธุรกิจประเภทนี้ใช้เงินลงทุนในการเริ่มทำธุรกิจค่อนข้างต่ำ และมีความคล่องตัวสูงในการปรับตัวทางธุรกิจให้เข้ากับสถานการณ์โลก จึงส่งผลให้ธุรกิจดังกล่าวได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลและมีตัวเลขการจัดตั้งธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจุบันจำนวน SMEs มีจำนวนประมาณ ๙๙.๘% ของจำนวนวิสาหกิจทั่วประเทศ โดยประกอบด้วยวิสาหกิจขนาดกลาง (การจ้างงาน ๕๑-๓๐๐ ตำแหน่ง) ประมาณ ๘๔,๐๐๐ ราย วิสาหกิจขนาดเล็ก (การจ้างงาน ๑๐-๕๐ ตำแหน่ง) ประมาณ ๒๓๐,๐๐๐ ราย และวิสาหกิจขนาดจิ๋ว (การจ้างงานต่ำกว่า ๑๐ ตำแหน่ง) ประมาณ ๒,๖๘๐,๐๐๐ ราย การสร้างงานโดย SMEs อยู่ที่ระดับ ๑๐.๔ ล้านตำแหน่ง คิดเป็น ๘๖.๕% ของการจ้างงานทั่วประเทศ โดยสามารถสร้างงานเพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง

ศักยภาพในการประกอบการ และการแข่งขันในอดีต SMEs ของเกาหลีใต้เติบโตจากการเป็นผู้รับช่วงเหมาจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจัยนี้กำลังหมดไปตามความเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของโลก ได้แก่ ยุทธศาสตร์ของบริษัทขนาดใหญ่ที่นิยมจ้างบริษัทจากแหล่งราคาถูกทั่วโลกป้อนวัตถุดิบ ชิ้นส่วน และส่วนประกอบต่างๆ เข้าสู่ระบบการผลิต ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ต้องต่อสู้เพื่อความอยู่รอดท่ามกลางสถานการณ์การเปลี่ยนแปลง ซึ่งรัฐบาลเกาหลีใต้ได้สนับสนุนอย่างจริงจัง ส่งผลให้ SMEs มีพัฒนาการที่ดีโดยสามารถพลิกให้ปัญหาและความท้าทายใหม่ๆ กลายเป็นโอกาสที่จะเติบโตต่อเนื่องไปกับกระแสโลกาภิวัตน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาศักยภาพที่จะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีสารสนเทศและความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ ปัจจุบัน SMEs ของเกาหลีใต้ได้ปรับตัวและยกระดับขึ้นเป็นแหล่งกำเนิดของนวัตกรรมความคิดริเริ่มใหม่ๆ และการพัฒนาศักยภาพเชิงการแข่งขันของประเทศ

ปัญหาห่วงโซ่อุปทานของ SMEs และระดับรากหญ้าในประเทศเกาหลีใต้

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๖๐) ได้ศึกษาถึงปัญหาห่วงโซ่อุปทานของ SMEs เกาหลีใต้ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

๔.๑ ขาดแคลนแรงงาน SMEs ในเกาหลีใต้ส่วนใหญ่ประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากกลุ่มแรงงานเกาหลีรุ่นใหม่ที่มีอายุน้อยไม่ต้องการทำงานใน SMEs เพราะมองว่าค่าแรงและสวัสดิการต่ำ ความไม่มั่นคงในงาน มีความสำเร็จในงานต่ำ บริษัทไม่มีชื่อเสียง (สถาบัน

นโยบายเยาวชนเกาหลีใต้, 2016) ทำให้แรงงานหนุ่มสาวให้ความสำคัญกับการจ้างงานในต่างประเทศมากกว่าการร่วมงานกับ SMEs ในประเทศ จึงเป็นเหตุให้ SMEs ในเกาหลีใต้ต้องพึ่งพาแรงงานต่างชาติแทน

๔.๒ ขาดเงินทุนหมุนเวียนสำหรับห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากการใช้จ่ายด้านห่วงโซ่อุปทานมีสัดส่วนค่อนข้างสูง และ SMEs มีเงินทุนหมุนเวียนทางธุรกิจน้อยและมีกระแสเงินสดไม่มั่นคง เมื่อเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้ต้องแบกรับต้นทุนในการจัดการห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น เช่น ค่าใช้จ่ายด้านแรงงาน เนื่องจากมีปัญหาการขาดแคลนแรงงานสูง ค่าใช้จ่ายด้านการขนส่งสินค้า ต้นทุนการจัดหาวัตถุดิบ เป็นต้น นอกจากนี้ SMEs ในเกาหลีใต้ ยังไม่สามารถพึ่งแหล่งเงินทุนจากธนาคารพาณิชย์ได้เต็มที่

๔.๓ พึ่งพาเพียงอุปสงค์เฉพาะภายในประเทศ เนื่องจาก SMEs เกาหลีใต้ส่วนใหญ่ไม่เน้นการผลิตเพื่อส่งออกในต่างประเทศ แต่เป็นเพียงซัพพลายเออร์ผู้คอยป้อนวัตถุดิบให้แก่ผู้ผลิตรายใหญ่เท่านั้น ซึ่งมีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่อย่างจำกัด ทำให้ขาดโอกาสในการขยายไปสู่ตลาดใหม่

๔.๔ ตลาดการส่งออกของ SMEs จำกัด เนื่องจาก SMEs ของประเทศเกาหลีใต้ที่มุ่งเน้นการส่งออกยังมีสัดส่วนน้อย มีเพียง ๓๐% ของ SMEs ทั้งหมดในประเทศที่เป็นผู้ผลิตทางอุตสาหกรรมทั้งหมด โดยจุดหมายปลายทางของการส่งออกยังอิงอยู่กับตลาดหลัก โดยเฉพาะ ได้แก่ จีนและสหรัฐอเมริกา รวมถึงประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกก็ไม่หลากหลาย ส่วนใหญ่ยังจำกัดในกลุ่มผลิตภัณฑ์ด้านไอที

๔.๕ ขาดพันธมิตรทางธุรกิจ เนื่องจาก SMEs ในเกาหลีใต้ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการผลิตเพื่อส่งออกในประเทศ เน้นการพึ่งพาตนเอง ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างจำกัด ทำให้เกิดการแข่งขันภายในประเทศค่อนข้างสูงกว่ามุ่งเน้นไปที่การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงตลาดในต่างประเทศก็ค่อนข้างมีจำกัด ดังนั้นการมีพันธมิตรทางธุรกิจจะช่วยบรรเทาผลกระทบเหล่านั้นได้

๔.๖ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากตลาด SMEs ในเกาหลีใต้มีการแข่งขันค่อนข้างสูง จึงมุ่งเน้นในเรื่องการผลิตหรือการค้าขายเพื่อเกิดกำไรสูงสุด โดยละเลยด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม ทำให้ SMEs บางรายต้องสูญเสียรายได้และประสบความล้มเหลวทางธุรกิจ และส่งผลต่อความยั่งยืน

๔.๗ ขาดมาตรการในการสร้างความร่วมมือในการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อม เนื่องจากรัฐบาลประเทศเกาหลีใต้มุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจมากกว่าคำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่ารัฐบาลได้มีการกำหนดนโยบายและแผนงานต่างๆ ขึ้นมาเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนก็ตาม แต่ยังไม่พบอุปสรรคต่างๆ มากมาย เช่น การกำหนดให้การพัฒนาเศรษฐกิจถือเป็นพันธกิจแรกของประเทศ ขาดความร่วมมือจากองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของรัฐบาล ภาคธุรกิจอย่างวิสาหกิจไม่ปฏิบัติตามและละเลยการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมในกระบวนการธุรกิจ การ

รวมกันของแนวทางการพัฒนาการและวัตถุประสงค์ของการดูแลสิ่งแวดล้อมไม่เกิด และแนวทางการดูแลสิ่งแวดล้อมถือเป็นภาระหน้าที่ของหน่วยงานสิ่งแวดล้อมเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีปัญหาความขัดแย้งและการกระทบกระทั่งระหว่างกระทรวงต่างๆ ส่งผลให้นโยบายที่รัฐบาลออกมาไม่มีประสิทธิภาพและไม่เกิดการพัฒนายั่งยืนตามที่ต้องการ

๕. ประเทศไทย

แม้เศรษฐกิจไทยมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา แต่ยังไม่มากพอที่จะหลุดให้ไทยหลุดพ้นจาก “กับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap)” เป็นผลจากการพึ่งพาธุรกิจขนาดใหญ่ การลงทุนจากต่างประเทศ และการส่งออกบนพื้นฐานของความได้เปรียบด้านทรัพยากรธรรมชาติ และทุนด้านแรงงานที่มีความสามารถและราคาถูก เห็นได้จากการที่ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่ใช้ประสิทธิภาพเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Efficiency-Driven Economy) แสดงถึงการเป็นประเทศที่ใช้กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพและการผลิตสินค้าที่ได้คุณภาพเป็นจุดแข็งในการพัฒนาประเทศ อย่างไรก็ตาม ภายใต้ภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ประเทศที่ยังใช้ประสิทธิภาพเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Efficiency-Driven Economy) และผลิตสินค้าแบบเน้นปริมาณ (Mass Production) จะต้องเผชิญกับการแข่งขันด้านราคาและการลดต้นทุนการผลิตในด้านต่างๆ เพื่อให้สามารถอยู่รอดในตลาดท้ายที่สุด หากประเทศไม่สามารถหลุดจากวงจรธุรกิจแบบเดิมๆ ได้ ประเทศก็จะสูญเสียทรัพยากรในประเทศอย่างมหาศาล ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน เงินทุน และเวลาโดยไม่ได้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่คุ้มค่าคืนกลับมาจากการแข่งขันในลักษณะนี้ หนึ่งในทางออกที่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้หลุดพ้นจาก “กับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap)” คือ การเสริมสร้างขีดความสามารถทางนวัตกรรมและการสร้างความแข็งแกร่งให้กับวิสาหกิจในประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง SMEs ซึ่งเป็นวิสาหกิจส่วนใหญ่ของคนไทย ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้และสร้างการจ้างงานที่สำคัญ ตลอดจนพยายามพัฒนาให้เกิดการใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจมากขึ้น เพื่อก้าวเข้าสู่การเป็นประเทศที่ใช้นวัตกรรมเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Innovation-Driven Economy) ในที่สุด

จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รวมทั้งประเทศ ณ สิ้นปี ๒๕๖๑ มีจำนวนทั้งสิ้น ๓,๐๗๗,๘๒๒ ราย มีอัตราการขยายตัวร้อยละ ๑.๐๒ เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา โดยเป็นจำนวนวิสาหกิจขนาดเล็ก (SE) จำนวนทั้งสิ้น ๓,๐๖๓,๖๕๑ ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๙๙.๓๓ ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ เป็นจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางจำนวน ๑๔,๑๗๑ ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๐.๔๖ โดย SMEs กระจายตัวอยู่ในกลุ่มภาคการค้ามากที่สุด จำนวน ๑,๒๗๙,๕๕๗ ราย ขยายตัวร้อยละ ๐.๙๐ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๔๑.๕๗ ของจำนวน SMEs ทั้งประเทศ รองลงมาอยู่ในภาคบริการ จำนวน ๑,๒๒๔,๕๖๓ ราย ขยายตัวร้อยละ ๑.๔๘ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ

๓๙.๗๙ ของจำนวน SMEs ทั้งประเทศ อยู่ในภาคการผลิต จำนวน ๕๒๗,๔๘๕ ราย ขยายตัวร้อยละ ๐.๒๙ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๑๗.๑๔ ของจำนวน SMEs ทั้งประเทศ และอยู่ในภาคธุรกิจเกษตร จำนวน ๔๖,๒๑๗ ราย ขยายตัวร้อยละ ๐.๗๙ และคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ ๑.๕๐ ของจำนวน SMEs ทั้งประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ๒๕๖๒)

ปัญหาห่วงโซ่อุปทานของ SMEs และระดับรากหญ้าในประเทศไทย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๖๒) ได้ศึกษาถึงปัญหาห่วงโซ่อุปทานของ SMEs ประเทศไทย ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

๕.๑ ขาดเงินทุนหมุนเวียนสำหรับห่วงโซ่อุปทาน เป็นปัญหาที่สำคัญมากที่สุด เนื่องจาก SMEs ในประเทศไทยประมาณ ๙๙% เป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก (SE) ซึ่งส่วนใหญ่จะมีเงินทุนน้อย โดยแหล่งเงินทุนหลักๆ มาจากการกู้ยืมนอกระบบและการขอสินเชื่อ ทั้งจากธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการไม่กล้าเปิดเผยบัญชี ตัวธุรกิจไม่เข้าสู่ระบบของการจดทะเบียนหรือปฏิบัติตามกฎหมาย จึงทำให้ไม่สามารถทำธุรกรรมกับธนาคารพาณิชย์ ระบบบัญชีเป็นแบบครอบครัว ยังไม่ได้ทำแบบเป็นมาตรฐาน ทำให้ต้องเจอปัญหาจากที่ธนาคารไม่ยินยอมให้สินเชื่อตามมา เนื่องจากไม่มีหลักประกัน ไม่มีผลงานที่น่าเชื่อถือมาก่อน การบริหารยังไม่เป็นมืออาชีพเท่าที่ควร ธนาคารเลยไม่กล้าให้สินเชื่อ จึงทำให้ปัญหาด้านการขาดเงินทุนหมุนเวียนเป็นปัญหาใหญ่ รวมถึง SMEs จำนวนมาก ที่มีสินค้าน่าสนใจเป็นที่ต้องการของตลาด แต่ไม่สามารถผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้ เนื่องจากไม่มีเงินทุนมากพอที่จะขยายกำลังการผลิต ไม่สามารถซื้อเครื่องจักรเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนา ประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า

ปัญหาดังกล่าว แม้ว่ารัฐบาลจะพยายามกระตุ้นให้ธนาคารสนับสนุนสินเชื่อแก่ SMEs แต่ก็จะได้รับเฉพาะ SMEs ที่มีความพร้อม เข้าหลักเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อของธนาคารเท่านั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องพยายามสนับสนุนด้านเงินทุนหรือสินเชื่อ แต่ก็ทำได้จำกัดเมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนของ SMEs

๕.๒ ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงาน เนื่องจากแรงงานของ SMEs มีปัญหาการเข้า-ออกสูง เมื่อคนงานทำงานจนมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้นก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและ ผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้แรงงานไม่เพียงพอ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า รวมถึง SMEs ไทย มักใช้แรงงานต่างด้าว ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นแรงงานที่ขาดคุณภาพ จึงส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งเรื่องดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าในเรื่องของการจ้างแรงงานท้องถิ่นด้วย

๕.๓ ขาดความรู้ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นระบบ ปัญหาด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน SMEs มักใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ของตนเองหรือบุคคลในครอบครัวหรือญาติที่

น้อง ซึ่งการจัดการในลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง แต่เมื่อกิจการขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาขึ้น

๕.๔ ปัญหาด้านการผูกขาด ด้วยปริมาณคำสั่งซื้อที่ไม่สูงนัก เนื่องจากข้อจำกัดของขนาดกิจการและกำลังการผลิตส่งผลให้ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ประสบปัญหาการต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบ ทั้งในด้านราคาและระยะเวลาเครดิตการค้า (Credit Term) ด้วยเหตุนี้ SMEs บางกลุ่มจึงเผชิญกับความยากลำบากในการควบคุมต้นทุนและมีปัญหาสภาพคล่อง โดยผลสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ภาคก่อสร้างและภาคการค้า มีความกังวลต่อปัญหาดังกล่าวสูงที่สุด เนื่องจากราคาวัตถุดิบหรือราคาสินค้า เช่น เหล็ก ปูน และสินค้าอุปโภคบริโภค มีความผันผวน อีกทั้งราคาซื้อขายถูกกำหนดหรือผูกขาดโดยผู้ขายวัตถุดิบหรือผู้เล่นรายใหญ่ รวมถึง SMEs กว่าร้อยละ ๖๐ สูญเสียความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้เล่นรายใหญ่ เนื่องจากการเผชิญข้อเสียเปรียบทั้งด้านต้นทุนและเทคโนโลยี อีกทั้งธุรกิจขนาดใหญ่มีสินค้าและบริการที่ทันสมัยหลากหลาย ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น ระบบการผ่อนชำระการเปลี่ยนคืนสินค้า และบริการจัดส่ง เป็นต้น

๕.๕ ขาดพันธมิตรทางธุรกิจ เป็นปัญหาที่สำคัญมากที่สุด เนื่องจาก SMEs ไทยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กและทำธุรกิจโดยลำพัง ขาดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งทั้งจากอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสมาคมการค้า ทำให้ SMEs ไม่สามารถมีความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่เกื้อหนุนกันได้ และไม่มีทางเลือกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ รวมทั้งทำให้มีอำนาจในการต่อรองน้อย

๕.๖ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม สำหรับบริบทในประเทศไทยที่เป็นประเทศกำลังพัฒนา หากเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว จะพบว่าอุปสงค์ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมยังมีน้อย เนื่องจากลักษณะสังคมไทยเป็นสังคมที่ผู้บริโภครายใหญ่ยังมีรายได้ไม่สูงมากนัก พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่จึงพิจารณาจากราคาเป็นสำคัญ โดยให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อชุมชนหรือต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว ประกอบกับกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภคและปกป้องสิทธิชุมชนยังขาดประสิทธิภาพ ขณะที่ประชาชนส่วนใหญ่กลับไม่เรียกร้องสิทธิของตนเอง ทำให้ SMEs ไม่ได้รับแรงกดดันให้ต้องรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงกลไกภาครัฐไม่เอื้อให้เกิดการลงทุนด้านสังคม รัฐบาลของประเทศที่พัฒนาแล้วให้ความสำคัญและมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนด้านสังคม และสร้างบริบททางสังคมที่เอื้ออำนวยให้ธุรกิจลงทุนในด้านสังคม เช่น มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน สิ่งแวดล้อม และสิทธิของชุมชน มีมาตรการจูงใจและควบคุมที่มีประสิทธิภาพ มีกลไกคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคและคุ้มครองแรงงานที่เข้มแข็ง มีระบบข้อมูลข่าวสารที่ดี ดังนั้นหากเปรียบเทียบ SMEs ในไทยกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ยังพบว่า ยังมีปัญหาด้านการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่สูง

กว่ามาก ดังจะเห็นได้จาก การใช้แรงงานผิดกฎหมาย เช่น แรงงานต่างชาติ แรงงานเด็ก การละเมิดสิทธิมนุษยชนของแรงงาน ซึ่งเรื่องดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าในเรื่องของการจ้างแรงงานท้องถิ่นด้วย

๕.๗ ขาดมาตรการในการสร้างความร่วมมือในการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อม เป็นปัญหาที่สำคัญมากที่สุด เนื่องจากกระแสความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจและมีการตื่นตัวมากขึ้นในประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย SMEs หลายรายยังขาดการจัดการจัดสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบในบริเวณรอบๆ สถานที่ประกอบการ ทำให้เกิดความไม่สมดุลและไม่ก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจที่ต้องการ

สรุป จากการศึกษาปัญหาห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาผ่านประเทศสหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เปรียบเทียบกับประเทศไทย พบปัญหาห่วงโซ่อุปทานที่ SMEs พบเหมือนกัน ๔ เรื่อง คือ

๑. การขาดเงินทุนหมุนเวียนสำหรับห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจาก SMEs ส่วนใหญ่จะขาดสภาพคล่องทางการเงิน มีเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในธุรกิจน้อยและมีกระแสเงินสดที่ไม่มั่นคงเหมือนธุรกิจขนาดใหญ่ และต้องแบกรับต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มากขึ้น ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางจนลูกค้าได้รับสินค้า เช่น ค่าใช้จ่าย/ต้นทุนด้านการจัดหาวัตถุดิบ การจัดการสินค้าคงคลัง การควบคุมมาตรฐานสินค้า การขนส่งสินค้า ด้านแรงงาน เป็นต้น นอกจากนี้ SMEs ยังไม่สามารถพึ่งแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้ SMEs ขาดเงินทุนหมุนเวียนหรือไม่เพียงพอเพื่อนำไปใช้ดำเนินธุรกิจ รวมถึงการจ้างแรงงานเพิ่ม

๒. ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงาน เนื่องจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และแรงงานมีการเข้า-ออกสูง แรงงานรุ่นใหม่ไม่ต้องการทำงานใน SMEs เป็นต้น ซึ่งเรื่องแรงงานดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าในเรื่องของการจ้างแรงงานท้องถิ่นด้วย

๓. ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากตลาด SMEs มีการแข่งขันค่อนข้างสูง จึงมุ่งเน้นในเรื่องการผลิตหรือการค้าขายเพื่อให้เกิดผลกำไรสูงสุด โดยละเลยด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงขาดมาตรการดูแลซัพพลายเออร์ที่ผิดจริยธรรมและขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ SMEs บางรายต้องสูญเสียรายได้ และประสบความล้มเหลวทางธุรกิจ ซึ่งเรื่องดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าด้วย

๔. ขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม/จัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ เนื่องจาก SMEs บางราย ในแต่ละประเทศละเลยการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมในกระบวนการธุรกิจและไม่มีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมในระบบของห่วงโซ่อุปทาน โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบห่วงโซ่อุปทานอาจสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การกำจัดของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่มีการใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น รวมถึงไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานเพื่อลดผลกระทบต่อ

สิ่งแวดล้อมและขาดความร่วมมือจากองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของรัฐบาล ซึ่งมีผลทำให้ SMEs ประสบความล้มเหลวและไม่ยั่งยืน

เมื่อพิจารณาระดับของปัญหาห่วงโซ่อุปทานเปรียบเทียบตามคุณลักษณะของ SMEs พบว่า วิสาหกิจขนาดเล็กมีปัญหามากกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง เนื่องจากวิสาหกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่จะมักจะมีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัวมากกว่าและมักจะใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ด้วยตนเอง บุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้อง รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีมาใช้น้อยและมีจำนวนแรงงานน้อยกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง

รายละเอียดดังสรุปในตารางที่ ๔-๑

ตารางที่ ๔-๑ สรุปปัญหาห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนความเชื่อมโยงสู่ SMEs และระดับรากหญ้า ภูมิศึกษาในต่างประเทศและประเทศไทย

ปัญหาห่วงโซ่อุปทาน		สหรัฐ อเมริกา	จีน	ญี่ปุ่น	เกาหลี ใต้	ไทย
ที่มาของข้อมูล		Byrne (2020)	Rossarin Osathanunkul (2010)	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, (๒๕๖๐, ๒๕๖๒)		
๑	ขาดเงินทุนหมุนเวียนสำหรับห่วงโซ่อุปทาน					✓*
๒	ขาดการนำกลยุทธ์ของห่วงโซ่อุปทานมาใช้	✓				
๓	การจัดการสินค้าคงคลังขาดประสิทธิภาพ	✓				
๔	ระบบโลจิสติกส์ขาดประสิทธิภาพ		✓			
๕	ขาดความรู้ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นระบบ		✓			✓
๖	ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงาน	✓	✓	✓	✓	✓
๗	พึ่งพาเพียงอุปสงค์เฉพาะภายในประเทศ				✓	
๘	ตลาดการส่งออกของ SMEs จำกัด				✓	
๙	ปัญหาด้านการผูกขาด			✓		✓
๑๐	ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม	✓	✓	✓	✓	✓
๑๑	ขาดพันธมิตรทางธุรกิจ		✓		✓	✓*

ปัญหาห่วงโซ่อุปทาน		สหรัฐอเมริกา	จีน	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ไทย
ที่มาของข้อมูล		Byrne (2020)	Rossarin Osathanunkul (2010)	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, (๒๕๖๐, ๒๕๖๒)		
๑๒	ขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม/จัดการสิ่งแวดล้อม	✓	✓	✓	✓	✓*

หมายเหตุ : * คือ ปัญหาที่สำคัญมากที่สุด ในประเทศไทย และในเรื่องที่ ๖ และ ๑๐ เป็นปัญหาห่วงโซ่อุปทานที่พบใน SMEs และเชื่อมโยงสู่ระดับรากหญ้า

ปัญหาห่วงโซ่อุปทานที่พบใน SMEs และเชื่อมโยงสู่ระดับรากหญ้า

จากตารางที่ ๔-๑ พบว่า ปัญหาเรื่องการขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงาน และการขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของ SMEs ดังกล่าวข้างต้น เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าโดยตรง เพราะ SMEs มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการจ้างงานของประเทศ เนื่องจาก SMEs มีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งบทบาทนี้รวมถึงการที่ SMEs เป็นภาคธุรกิจที่ช่วยดูดซับแรงงานที่เคลื่อนย้ายออกจากภาคการเกษตร การที่ SMEs เป็นแหล่งจ้างงานขนาดใหญ่ของประเทศนั้น การประกอบการของ SMEs จึงส่งผลกระทบต่อภารกิจงานทำและรายได้ของครัวเรือนจำนวนมากของระดับรากหญ้า ประกอบกับ SMEs ไทย มักใช้แรงงานต่างด้าว แรงงานเด็ก การละเมิดสิทธิมนุษยชนของแรงงาน ซึ่งแสดงถึงการขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าในเรื่องของการจ้างแรงงานท้องถิ่นด้วย

นอกจากปัญหาที่เชื่อมโยงจาก SMEs สู่ระดับรากหญ้าแล้ว ปัญหาห่วงโซ่อุปทานของระดับรากหญ้า ในประเทศไทย ที่สำคัญมากที่สุด คือ “**ปัญหาขาดความรู้ในการพัฒนาต่อยอดสินค้าการเกษตร**” ซึ่งเป็นปัญหาในมิติด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากกลุ่มเกษตรกร ซึ่งเป็นระดับรากหญ้าส่วนใหญ่ ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปสินค้าเกษตร ตลอดจนการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรของตนเองและชุมชนให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด รวมถึงยังขาดองค์ความรู้ทางวิชาการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีมาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล จนทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น โดยเกษตรกร ถูกหลอกลวง ไม่ต้องไปหางานทำในต่างจังหวัด

ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

ผลการวิจัยในส่วนนี้ มาจากข้อมูลทุติยภูมิ โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า โดยเป็นผลการวิจัยกรณีศึกษาในต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เปรียบเทียบกับประเทศไทย โดยมีรายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

๑. ประเทศสหรัฐอเมริกา

Adoukonou (2019) ได้ศึกษา พบว่า ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่ SMEs และระดับรากหญ้าของประเทศสหรัฐอเมริกา สามารถสรุปได้ดังนี้

๑.๑ ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่

๑.๑.๑ ขาดสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบ เนื่องจากวิสาหกิจขนาดเล็กประสบปัญหาสินเชื่อที่ตึงตัวหรือจำกัด เป็นผลให้ขาดเงินทุนหมุนเวียนหรือไม่เพียงพอเพื่อนำไปใช้ดำเนินธุรกิจ รวมถึงการจ้างแรงงานเพิ่ม ซึ่งเรื่องนี้ไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควรจากรัฐบาลสหรัฐอเมริกา รวมถึงวิสาหกิจขนาดเล็กมักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบ ใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลัก อาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงานการบริหารภายใน แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็เกิดปัญหาเกิดขึ้น

๑.๑.๒ ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีทักษะ พนักงานที่ได้รับการจ้างงานในกลุ่มวิสาหกิจขนาดเล็กของสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่จะมีปัญหาการเข้า-ออกสูง เนื่องจากย้ายไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้จำนวนแรงงานไม่เพียงพอ รวมถึงยังทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอ พัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า ซึ่งเรื่องดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าในเรื่องของการจ้างแรงงานท้องถิ่นอีกด้วย

๑.๑.๓ ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมอันทันสมัย โดยทั่วไป วิชาทฤษฎีขนาดเล็ก มักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อน เนื่องจากการลงทุนต่ำและผู้ประกอบการ/พนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัย จึงทำให้ขาดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

๑.๒ ด้านสังคม ได้แก่ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล วิชาทฤษฎีขนาดเล็กบางรายต้องสูญเสียรายได้และประสบความสำเร็จ ความล้มเหลวทางธุรกิจ และส่งผลต่อความยั่งยืน เนื่องจากการผิดจริยธรรมและดำเนินธุรกิจโดยขาดความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ในระบบห่วงโซ่อุปทานหากวิชาทฤษฎีขาดการตรวจสอบของแหล่งที่มาของวัตถุดิบหรือสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพจากซัพพลายเออร์ที่ผิดจริยธรรมและขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างธุรกิจที่ประสบปัญหาดังกล่าว เช่น ในปี 2014 ยอดขายอาหารฟาสต์ฟู้ดของ McDonalds ในเอเชียลดลง ๗% หลังจากพบว่า ซัพพลายเออร์จีนรายหนึ่งขายเนื้อสัตว์ที่หมดอายุแล้ว ในปี 2015 Nestle พบว่าผลิตภัณฑ์ปลาที่จัดหาจากประเทศไทย เพื่อใช้ในแบรนด์อาหารแมว นั้น ได้มาจากซัพพลายเออร์ที่มีการใช้แรงงานเหมือนทาส และในปี 2016 ASOS Mark & Spencer และ Uniqlo พบว่ามีการใช้แรงงานเด็กในห่วงโซ่อุปทาน เป็นต้น ซึ่งปัญหาดังกล่าวนี้ นอกจากจะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานแล้วยังส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนอีกด้วย

๑.๓ ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม/จัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล วิชาทฤษฎีขนาดเล็กบางรายไม่มีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมในระบบของห่วงโซ่อุปทาน โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบห่วงโซ่อุปทานอาจสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงวิชาทฤษฎีขนาดเล็กบางรายที่มีการจัดการสิ่งแวดล้อมแล้วก็ตาม ก็ยังขาดระบบการจัดการที่ได้มาตรฐานสากล ขาดการบริหารจัดการที่ดี ไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีผลทำให้วิชาทฤษฎีประสบความสำเร็จ และความล้มเหลว และปัญหาดังกล่าวนี้ นอกจากจะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานแล้วยังส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนอีกด้วย

๒. ประเทศจีน

Rossarin Osathanunkul (2010) ได้ศึกษา พบว่า ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่ SMEs และระดับรากหญ้าของประเทศจีน สามารถสรุปได้ดังนี้

๒.๑ ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่

๒.๑.๑ การขาดสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบ เนื่องจากกลไกการดำเนินงานของสถาบันการเงินและการปล่อยสินเชื่อของสถาบันทางการเงินของจีนไม่เอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs เนื่องจากธนาคารหรือสถาบันทางการเงินต้องการลดความเสี่ยงของการเกิดหนี้เสีย จึงไม่ปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจที่มีความน่าเชื่อถือทางการเงินต่ำ มีข้อมูล

การดำเนินงานที่ไม่ชัดเจนและมีความไม่แน่นอนของผลประกอบการดังเช่นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีระบบการจัดการทางการเงินไม่เป็นระบบ เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs โดยมากเป็นประชาชนทั่วไป ผู้ดำเนินกิจการมีจำนวนน้อย จึงดำเนินการไปในลักษณะที่ไม่เป็นระบบมากนัก โดยเฉพาะการจัดการด้านการเงินภายในธุรกิจมักไม่ได้รับการจัดการที่เข้มงวดทำให้ข้อมูลบัญชีขาดความน่าเชื่อถือ ในขณะเดียวกันในช่วงที่ธุรกิจ SMEs ต้องการเงินกู้ยืมอย่างเร่งด่วนเพื่อขยายการลงทุน ขั้นตอนการดำเนินงานของสถาบันการเงินในการปล่อยสินเชื่อกลับมีความซับซ้อนและไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้

๒.๑.๒ ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีทักษะ พนักงานที่ได้รับการจ้างงานในกลุ่ม SMEs ส่วนใหญ่จะมีคุณภาพต่ำ ขาดการฝึกอบรมวิชาชีพ ส่งผลต่อการผลิตและคุณภาพสินค้า

๒.๑.๓ ขาดความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมอันทันสมัย ที่จำเป็นต้องใช้ในการพัฒนาและดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด รวมทั้งยังขาดการตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะการสร้างความแตกต่างและความแปลกใหม่ให้เกิดขึ้นกับสินค้าและบริการ ซึ่งหากมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ มาปรับใช้อย่างจริงจังก็จะช่วยให้เกิดความอยู่รอดของธุรกิจพร้อมทั้งยกระดับมูลค่าของสินค้าได้มากขึ้น

๒.๑.๔ การบริหารธุรกิจและกลยุทธ์ขาดประสิทธิภาพ การวางแผนด้านการบริหารของ SMEs ส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบกับมาตรฐานการปฏิบัติงานของบริษัทอื่นเท่าที่ควร โดยเฉพาะบริษัทคู่แข่ง ทำให้ไม่สามารถกำหนดทิศทาง เป้าหมาย และระยะเวลาในการปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานได้ รวมทั้งขาดการผสมผสานเชิงกลยุทธ์ เช่น ขาดการวางแผนธุรกิจ ทำให้การบริหารขาดทิศทางที่ชัดเจน ไม่มีการตั้งเป้าหมายในการดำเนินงานตามช่วงเวลาในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาธุรกิจให้มีความยั่งยืน

๒.๒ ด้านสังคม ได้แก่

๒.๒.๑ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล เนื่องจาก SMEs ละเลยด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมสังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น การทำสินค้าเลียนแบบ การใช้วัตถุดิบที่ด้อยคุณภาพ และขาดมาตรการดูแลซัพพลายเออร์ รวมถึงยังขาดระบบในการตรวจสอบและดำเนินการที่ได้มาตรฐานสากล จึงทำให้ SMEs บางรายต้องสูญเสียรายได้และประสบความล้มเหลวทางธุรกิจ และส่งผลต่อความยั่งยืน

๒.๒.๒ ขาดความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ เนื่องจาก SMEs ในประเทศจีนส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดเล็ก เป็นลักษณะธุรกิจส่วนตัว/ธุรกิจครอบครัวที่มีการลงทุนไม่สูงมาก เน้นการพึ่งพาตนเอง จึงมีความอ่อนไหวกับความผันผวนทางเศรษฐกิจและปัญหาต่างๆ ที่อาจเข้ามามีผลกระทบ ซึ่งการมีพันธมิตรทางธุรกิจจะช่วยบรรเทาผลกระทบเหล่านั้นได้ ในขณะที่

วิสาหกิจบางรายที่มีเครือข่าย/พันธมิตรทางธุรกิจก็ประสบปัญหาในเรื่องความไว้วางใจ และร่วมมือกันในการแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างเปิดเผย และการตัดสินใจที่ยังขาดประสิทธิภาพ ดังนั้นการทำงานร่วมกันจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ห่วงโซ่อุปทานประสบความสำเร็จและยั่งยืนรักษามาตรฐานของสินค้าหรือบริการที่ดี รวมถึงจะช่วยลดต้นทุนของห่วงโซ่อุปทานได้อีกด้วย

๒.๒.๓ ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน และการขาดเครือข่ายธุรกิจทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับนานาชาติ รวมทั้งข้อจำกัดในการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารด้านต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐบาล ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด เป็นต้น

๒.๒.๔ อุปสรรคด้านกฎระเบียบและนโยบายของรัฐบาล นโยบายการดึงดูดการลงทุนมักให้ความสำคัญกับกิจการที่เป็นของภาครัฐและของต่างชาติ อาทิ ธุรกิจต่างชาติจะได้สิทธิประโยชน์จากการยกเว้นทางภาษี

๒.๓ ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ขาดการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล ทำให้เกิดความไม่สมดุลในสภาพแวดล้อมและชุมชนโดยรอบ เช่น การปล่อยน้ำเสีย สารเคมี ควัน และฝุ่นละอองและก่อให้เกิดการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืนอย่างที่ต้องการ

๓. ประเทศญี่ปุ่น

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๖๐) ได้ศึกษาพบว่า ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่ SMEs และระดับรากหญ้าของประเทศญี่ปุ่น สามารถสรุปได้ดังนี้

๓.๑ ด้านเศรษฐกิจ

๓.๑.๑ ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีทักษะ เนื่องจากโครงสร้างประชากรของญี่ปุ่นเป็นสังคมผู้สูงอายุ ประชากรผู้สูงอายุมากกว่าวัยทำงาน ทำให้ SMEs ขาดแคลนแรงงานมากขึ้น รวมถึงวัยทำงานหายากมากขึ้น ค่าแรงเพิ่มสูงขึ้น และแรงงานที่มีทักษะก็เกิดปัญหาการย้ายงานบ่อย โดยเฉพาะการย้ายไปทำงานในบริษัทขนาดใหญ่ ทำให้ SMEs ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะร่วมด้วย รวมถึงผู้บริหารกลุ่มผู้สูงอายุจะมีพฤติกรรมที่ต่างจากวัยรุ่นในด้านการบริหาร ดังนั้นพฤติกรรมการเงินและการซื้อจะเน้นเรื่องสุขภาพและการท่องเที่ยว ส่งผลกระทบธุรกิจของ SMEs ที่ไม่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุได้ในอนาคต

๓.๑.๒ การขาดสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบ เนื่องจาก SMEs เนื่องจากกลไกการดำเนินงานของสถาบันการเงินและการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงินไม่เอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs จึงเป็นผลให้ขาดเงินทุนหมุนเวียนหรือไม่เพียงพอเพื่อนำไปใช้ดำเนินธุรกิจ รวมถึงการจ้างแรงงานเพิ่ม นอกจากนี้ SMEs ยังมีปัญหาในการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบร่วมด้วย เนื่องจากอาศัยประสบการณ์ของตนเอง บุคคลในครอบครัวหรือ

ญาติพี่น้องมาช่วยงานการบริหารภายใน แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัว ทำให้ระบบการจัดการทางการเงินเกิดปัญหาเกิดขึ้น

๓.๒ ด้านสังคม

๓.๒.๑ ขาดการสืบทอดกิจการ เนื่องจาก SMEs ในญี่ปุ่นต้องเผชิญกับปัญหาสังคมผู้สูงอายุ ทำให้ไม่มีผู้สืบทอดกิจการ โดยกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรมของญี่ปุ่นระบุว่า ประมาณ ๖๐% ของ SMEs ในญี่ปุ่น มีผู้จัดการธุรกิจที่เป็นผู้สูงอายุและคาดการณ์ว่าในปี ค.ศ.2025 หลายกิจการจะมีผู้จัดการที่มีอายุเฉลี่ยสูงถึง ๗๐ ปี ซึ่งในจำนวนนี้ ๗๐% ไม่มีคนสืบทอดกิจการ จากการสำรวจของ Tokyo Shoko Research เปิดเผยว่าในปี ค.ศ.2016 มี SMEs ในประเทศญี่ปุ่น ปิดกิจการถึง ๒๙,๕๕๓ ราย

๓.๒.๒ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล เนื่องจากในเรื่องดังกล่าวรัฐบาลของญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับเรื่องนี้อย่างมาก แต่ยังคงพบว่ามี SMEs ที่ละเลยด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังกล่าวอยู่ เช่น การใช้วัตถุดิบที่ด้อยคุณภาพ ขาดมาตรการดูแลซัพพลายเออร์ และการจัดการที่ขาดประสิทธิภาพ และเป็นระบบที่ได้มาตรฐานสากล ทำให้เกิดผลกระทบกับสังคมหรือสิ่งแวดล้อม ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาความยั่งยืน

๓.๓ ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ขาดการจัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล เนื่องจาก SMEs ในประเทศญี่ปุ่น จะประสบปัญหาด้านการจัดการขยะค่อนข้างสูง ทั้งการทิ้งขยะที่ผิดกฎหมาย ดินปนเปื้อนสารพิษและมลพิษทางทะเล และปัญหาในกระบวนการกำจัดขยะ รวมถึงมีการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO2) อยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่มีความสำคัญระดับโลก ทำให้เกิดความไม่สมดุลในสภาพแวดล้อมและชุมชนโดยรอบ และส่งผลต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในอนาคต

๔. ประเทศเกาหลีใต้

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๖๐) ได้ศึกษาพบว่า ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่ SMEs และระดับรากหญ้าของประเทศเกาหลีใต้ สามารถสรุปได้ดังนี้

๔.๑ ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่

๔.๑.๑ ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีทักษะ SMEs ในเกาหลีใต้ส่วนใหญ่ประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีทักษะ ซึ่งเป็นปัญหาอันดับ ๑ ของ SMEs เกาหลีใต้ เนื่องจากกลุ่มแรงงานมีการเข้า-ออกสูง และแรงงานเกาหลีรุ่นใหม่ที่มีอายุน้อยไม่ต้องการทำงานใน SMEs เพราะมองว่าค่าแรงและสวัสดิการต่ำ ความไม่มั่นคงในงาน มีความสำเร็จในงานต่ำ บริษัทไม่มีชื่อเสียง (สถาบันนโยบายเยาวชนเกาหลีใต้, 2016) ทำให้แรงงานหนุ่มสาวให้

ความสำคัญกับการจ้างงานในต่างประเทศมากกว่าการร่วมงานกับ SMEs ในประเทศ จึงเป็นเหตุให้ SMEs ในเกาหลีใต้ต้องพึ่งพาแรงงานต่างชาติแทน ปัญหาดังกล่าวนี้นอกจากจะมีผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานของ SMEs แล้ว ยังส่งผลต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจที่ยั่งยืนอีกด้วย

๔.๑.๒ การขาดสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบ เนื่องจาก SMEs ในเกาหลีใต้ยังไม่สามารถพึ่งแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินได้เต็มที่และปัญหาสินเชื่อที่ตึงตัวหรือจำกัด เนื่องจากมีระบบการจัดการทางการเงินที่ไม่ดี ทำให้ขาดความน่าเชื่อถือในการขอสินเชื่อ รวมถึงกลไกการดำเนินงานของสถาบันการเงินและการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงินไม่เอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs จึงเป็นผลให้ขาดเงินทุนหมุนเวียนหรือไม่เพียงพอเพื่อนำไปใช้ดำเนินธุรกิจ รวมถึงการจ้างแรงงานเพิ่ม

๔.๒ ด้านสังคม ได้แก่

๔.๒.๑ ขาดความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ เนื่องจาก SMEs ในเกาหลีใต้ส่วนใหญ่มุ่งเน้นการผลิตเพื่อส่งออกในประเทศ เน้นการพึ่งพาตนเอง ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดค่อนข้างจำกัด ทำให้เกิดการแข่งขันภายในประเทศค่อนข้างสูงกว่ามุ่งเน้นไปที่การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงตลาดในต่างประเทศที่มีค่อนข้างมีจำกัด และใน SMEs บางรายที่มีเครือข่าย/พันธมิตรทางธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานอยู่นั้นก็ประสบปัญหาในเรื่องความไว้วางใจ และร่วมมือกันในการแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างเปิดเผย และการตัดสินใจที่ยังขาดประสิทธิภาพ

๔.๒.๒ อุปสรรคด้านกฎระเบียบและนโยบายของรัฐบาล จากการประกาศใช้นโยบายคุ้มครองการค้าของสหรัฐอเมริกาและการเพิ่มมาตรการตอบโต้จากจีน เนื่องจากเกาหลีใต้ประกาศพร้อมใช้ระบบป้องกันชิปนาฬิกาของสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้การส่งออกสินค้าของ SMEs ยากลำบากกว่าเดิม เพราะ SMEs ของประเทศเกาหลีใต้ที่มุ่งเน้นการส่งออกในตลาดเฉพาะจีนและสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็น ๒ ประเทศมหาอำนาจที่เกิดความขัดแย้งกัน

๔.๒.๓ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล เนื่องจากตลาด SMEs ในเกาหลีใต้มีการแข่งขันค่อนข้างสูง จึงมุ่งเน้นในเรื่องการผลิตหรือการค้าขายเพื่อเกิดกำไรสูงสุด โดยละเลยด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรมสังคม และสิ่งแวดล้อม ทำให้ SMEs บางรายต้องสูญเสียรายได้และประสบความล้มเหลวทางธุรกิจ และส่งผลต่อความยั่งยืน นอกจากนี้ยังขาดระบบการจัดการที่ได้มาตรฐานสากล ขาดการบริหารจัดการที่ดี ไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีผลทำให้วิสาหกิจประสบ

ความล้มเหลว และปัญหาดังกล่าวนั้นนอกจากจะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่อุปทานแล้วยังส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนอีกด้วย

๔.๓ ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ขาดมาตรการในการสร้างความร่วมมือในการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล เนื่องจากรัฐบาลประเทศเกาหลีใต้มุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจมากกว่าคำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่ารัฐบาลได้มีการกำหนดนโยบายและแผนงานต่างๆ ขึ้นมาเพื่อพัฒนาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนก็ตาม แต่ยังคงพบอุปสรรคต่างๆ มากมาย เช่น การกำหนดให้การพัฒนาเศรษฐกิจถือเป็นพันธกิจแรกของชาติ ขาดความร่วมมือจากองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของรัฐบาล ภาคธุรกิจอย่างวิสาหกิจไม่ปฏิบัติตามและละเลยการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมในกระบวนการธุรกิจ การรวมกันของแนวทางการพัฒนาการและวัตถุประสงค์ของการดูแลสิ่งแวดล้อมไม่เกิด และแนวทางการดูแลสิ่งแวดล้อมถือเป็นภาระหน้าที่ของหน่วยงานสิ่งแวดล้อมเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีปัญหาความขัดแย้งและการกระทบกระทั่งระหว่างกระทรวงต่างๆ ส่งผลให้นโยบายที่รัฐบาลออกมาไม่มีประสิทธิภาพและไม่เกิดการพัฒนายั่งยืนตามที่ต้องการ ปัญหาดังกล่าวนั้นนอกจากจะมีผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานของ SMEs แล้ว ยังส่งผลต่อการพัฒนาทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนอีกด้วย

๕. ประเทศไทย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๖๐) ได้ศึกษาพบว่า ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่ SMEs และระดับรากหญ้าของประเทศไทย สามารถสรุปได้ดังนี้

๕.๑ ด้านเศรษฐกิจ ได้แก่

๕.๑.๑ ขาดสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบ เป็นปัญหาที่สำคัญมากที่สุด SMEs จำนวนมากจะประสบปัญหานี้คล้ายๆ กัน เนื่องจากส่วนใหญ่มักจะเริ่มจากผู้ที่มีประสบการณ์หรือมีความเชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่งอันสืบเนื่องจากการทำงานในองค์กรของภาครัฐหรือภาคเอกชนนานๆ แล้วเห็นโอกาสจึงออกมาทดลองทำธุรกิจของตนเอง หรือบางรายอาจเกิดจากปัญหาการทำงานทั้งจากปัญหาการเลิกจ้าง ปัญหาความไม่พึงพอใจในงานที่ทำ ก็ลาออกมาทำธุรกิจเป็นของตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่จะมีเงินทุนน้อย เว้นแต่บางรายที่พ่อแม่มีทรัพย์สินเงินทองให้นำมาลงทุน ปัญหาที่เจ็มน้อยหรือไม่มีปัญหาเลย โดยแหล่งเงินทุนหลักๆ ของ SMEs ในปัจจุบันมาจาก “การกู้ยืมนอกระบบ” อาทิ ยืมเพื่อน เพื่อนบ้าน หรือแม้กระทั่งเจ้านายและเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น และ “การขอสินเชื่อ” ทั้งจากธนาคารพาณิชย์ และสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ประกอบการไม่กล้าเปิดเผยบัญชี ตัวธุรกิจไม่เข้าสู่ระบบของการจดทะเบียนหรือปฏิบัติตามกฎหมาย จึงทำให้ไม่สามารถทำธุรกรรมกับธนาคารพาณิชย์ ระบบบัญชีเป็นแบบครอบครัว ยังไม่ได้ทำแบบเป็นมาตรฐาน ทำให้ต้องเจอปัญหาจากที่ธนาคารไม่ยินยอมให้สินเชื่อตามมา เนื่องจาก

ไม่มีระบบการจัดการการเงินที่ดี ไม่มีหลักประกัน ไม่มีผลงานที่น่าเชื่อถือมาก่อน การบริหารยังไม่เป็นมืออาชีพเท่าที่ควร ธนาคารเลยไม่กล้าให้สินเชื่อ จึงทำให้ปัญหาด้านการเงินที่ขาดสภาพคล่องและระบบการจัดการเงินเป็นปัญหาใหญ่ เป็นที่น่าเสียดายว่ามี SMEs จำนวนมาก ที่สินค้าน่าสนใจ เป็นที่ต้องการของตลาด แต่ไม่สามารถผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด เนื่องจากไม่มีเงินทุนมากพอที่จะขยายกำลังการผลิต ไม่สามารถซื้อเครื่องจักรเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า เป็นต้น

ปัญหาดังกล่าว แม้วารัฐบาลจะพยายามกระตุ้นให้ธนาคารสนับสนุนสินเชื่อแก่ SMEs แต่ก็จะได้รับเฉพาะ SMEs ที่มีความพร้อม เข้าหลักเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อของธนาคารเท่านั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องพยายามสนับสนุนด้านเงินทุนหรือสินเชื่อ แต่ก็ทำได้อย่างจำกัด เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนของ SMEs

๕.๑.๒ ขาดความเชี่ยวชาญด้านการตลาด เนื่องจาก SMEs มักมีปัญหาด้านการตลาด ซึ่งเกิดจากปัจจัยหลายๆ ด้าน เช่น ปัญหาสินค้าที่ผลิตไม่เป็นที่ต้องการของตลาด คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน บรรจุภัณฑ์ไม่สวยงาม ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก เป็นต้น ทำให้การทำตลาดทำได้ด้วยความยากลำบาก และยังมีปัญหาขาดบุคลากรด้านการตลาดที่มีความรู้หรือประสบการณ์ด้านการขายหรือการตลาดมาก่อน รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด เนื่องจากสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ไม่มีงบประมาณประชาสัมพันธ์ ร้านค้าต่างๆ จึงไม่ให้ความสนใจจำหน่ายสินค้าให้ ยกเว้นสินค้ามีคุณภาพสูง ก็อาจได้โอกาสเข้าไปขายในห้างสรรพสินค้าต่างๆ หรือร้านสะดวกซื้อ แต่ถ้าเป็นสินค้าที่ไม่มีความโดดเด่นด้านใดด้านหนึ่งแล้ว โอกาสที่จะได้ช่องทางจัดจำหน่ายที่ดีก็ยาก และ SMEs ไทยมักจำหน่ายในท้องถิ่น ตลาดในประเทศ ไม่สามารถส่งออกไปขายต่างประเทศ เนื่องจากปัญหาด้านเงินทุน ปัญหาด้านบุคลากร และสินค้าไม่เป็นที่รู้จักอีกด้วย

๕.๑.๓ ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีทักษะ เนื่องจากแรงงานของ SMEs มีปัญหาการเข้า-ออกสูงเมื่อคนงานทำงานจนมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้นก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและ ผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอการพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า ตลอดจนการพัฒนาความยั่งยืน รวมถึง SMEs ไทย มักใช้แรงงานต่างด้าว ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นแรงงานที่ขาดคุณภาพ จึงส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิต ซึ่งเรื่องดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าในเรื่องของการจ้างแรงงานท้องถิ่นด้วย

๕.๑.๔ ขาดความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมอันทันสมัย ปัญหาดังกล่าวมักจะเจอในวิสาหกิจขนาดย่อมที่เทคโนโลยีการผลิตที่ไม่ซับซ้อน เนื่องจากการลงทุนต่ำ รวมไปถึงผู้ประกอบการและพนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคโนโลยีที่ทันสมัย จึงทำให้ขาดการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้าที่ดี นอกจากนี้ SMEs ไทยยังมีการ

นำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินธุรกิจน้อย เน้นการใช้แรงงานเป็นปัจจัยการผลิตหลัก ส่งผลให้ผลิตภาพแรงงานต่ำ สินค้า/บริการไม่มีมูลค่าเพิ่ม ไม่มีศักยภาพเพียงพอต่อการแข่งขันในตลาดโลกได้

๕.๑.๕ การบริหารธุรกิจและกลยุทธ์ขาดประสิทธิภาพ SMEs ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจแบบ “เจ้าของรายเดียว” มีการจ้างงานน้อย ทำให้ไม่มีเวลาเพียงพอในการพัฒนาการบริหารและกลยุทธ์ใหม่ มักใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลักอาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงาน การบริหารภายในลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาขึ้นได้ รวมไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบมาตรฐานการปฏิบัติงานของบริษัทอื่นเท่าที่ควร โดยเฉพาะบริษัทคู่แข่ง ทำให้ไม่สามารถกำหนดทิศทาง เป้าหมาย และระยะเวลาในการปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานได้ รวมทั้งขาดการผสมผสานเชิงกลยุทธ์ เช่น ขาดการวางแผนธุรกิจ ทำให้การบริหารขาดทิศทางที่ชัดเจน ไม่มีการตั้งเป้าหมายในการดำเนินงานตามช่วงเวลาในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาธุรกิจให้มีความยั่งยืน

๕.๒ ด้านสังคม ได้แก่

๕.๒.๑ ขาดความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ เป็นปัญหาที่สำคัญมากที่สุด SMEs ส่วนใหญ่ทำธุรกิจโดยลำพัง ขาดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง ทั้งจากอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสมาคมการค้า และความไม่ไว้วางใจกัน ทำให้ SMEs ไม่สามารถมีความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่เกื้อหนุนกันได้ และไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ รวมทั้งทำให้อำนาจในการต่อรองน้อย

๕.๒.๒ ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เนื่องจากการสนับสนุน SMEs ที่ผ่านมาได้ดำเนินการโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น แต่เนื่องจาก SMEs มีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงาน เช่น บุคลากร งบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาภูมิภาค การให้บริการส่งเสริม สนับสนุนด้านต่าง ๆ จึงไม่อาจสนองตอบได้ทั่วถึงและเพียงพอ รวมถึง SMEs จำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงาน จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย และทำให้มีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายและมาตรฐานการของรัฐ ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด

๕.๒.๓ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล สำหรับบริบทในประเทศไทยที่เป็นประเทศกำลังพัฒนา หากเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว จะพบว่าอุปสงค์ต่อความรับผิดชอบต่อสังคมยังมีน้อย เนื่องจากลักษณะสังคมไทยเป็นสังคมที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีรายได้ไม่สูงมากนัก พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการส่วนใหญ่จึงพิจารณาจากราคาเป็นสำคัญ โดยให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อชุมชนหรือต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว ประกอบกับกลไกในการคุ้มครองผู้บริโภคและปกป้องสิทธิชุมชนยังขาดประสิทธิภาพ ขณะที่ประชาชนส่วนใหญ่กลับไม่เรียกร้องสิทธิของตนเอง ทำให้ SMEs ไม่ได้รับแรงกดดันให้ต้องรับผิดชอบต่อสังคม รวมถึงกลไกภาครัฐไม่เอื้อให้เกิดการลงทุนด้านสังคม รัฐบาลของประเทศที่พัฒนาแล้วให้ความสำคัญและมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนด้านสังคม และสร้างบริบททางสังคมที่เอื้ออำนวยให้ธุรกิจลงทุนในด้านสังคม เช่น มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน สิ่งแวดล้อม และสิทธิของชุมชน มีมาตรการจูงใจและควบคุมที่มีประสิทธิภาพ มีกลไกคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคและคุ้มครองแรงงานที่เข้มแข็ง มีระบบข้อมูลข่าวสารที่ดี ดังนั้นหากเปรียบเทียบ SMEs ในไทยกับประเทศที่พัฒนาแล้ว ยังพบว่า ยังมีปัญหาด้านการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่สูงกว่ามาก ดังจะเห็นได้จาก การใช้แรงงานผิดกฎหมาย เช่น แรงงานต่างชาติ แรงงานเด็ก การละเมิดสิทธิมนุษยชนของแรงงาน ซึ่งเรื่องดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าด้วย

๕.๓ ด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ขาดมาตรการในการสร้างความร่วมมือในการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล เป็นปัญหาที่สำคัญมากที่สุดเนื่องจากกระแสความใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจและมีการตื่นตัวมากขึ้นในประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย SMEs หลายรายยังขาดการจัดการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบในบริเวณรอบๆ สถานประกอบการ ทำให้เกิดความไม่สมดุลและไม่ก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจที่ต้องการ

สรุป จากการศึกษาปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาผ่านประเทศสหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เปรียบเทียบกับประเทศไทย พบว่า เป็นปัญหาและปัจจัยที่เกิดขึ้นจากภายในองค์กร ได้แก่

๑. ปัญหาการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ จากการศึกษาทั้ง ๕ ประเทศ พบปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานที่เหมือนกัน ๒ เรื่อง คือ ๑. การขาดสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบ เนื่องจากกลไกการดำเนินงานและการปล่อยสินเชื่อของสถาบันทางการเงินที่ไม่เอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs เพราะสถาบันทางการเงินต้องการลดความเสี่ยงของการเกิดหนี้เสีย จึงไม่ปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจที่มี

ความน่าเชื่อถือทางการเงินต่ำและมีการจัดการทางการเงินที่ไม่เป็นระบบ มีข้อมูลการดำเนินงานที่มีความไม่แน่นอนของผลประกอบการดังเช่นธุรกิจ SMEs ในขณะที่เดียวกันในช่วงที่ธุรกิจ SMEs ต้องการเงินทุนอย่างเร่งด่วนเพื่อขยายการลงทุน ขั้นตอนการดำเนินงานของสถาบันการเงินในการปล่อยสินเชื่อกลับมีความซับซ้อนและไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ จึงเป็นผลให้ขาดเงินทุนหมุนเวียนหรือมีเพียงพอเพื่อนำไปใช้ดำเนินธุรกิจ รวมถึงการจ้างแรงงานเพิ่ม และ ๒. ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีทักษะ เนื่องจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และแรงงานมีการเข้า-ออกสูง แรงงานรุ่นใหม่ไม่ต้องการทำงานใน SMEs เป็นต้น ซึ่งเรื่องดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าในเรื่องของการจ้างแรงงานท้องถิ่นด้วย

ส่วนปัญหาด้านการขาดความเชี่ยวชาญด้านการตลาด พบเฉพาะในประเทศไทย SMEs ยังมีปัญหาขาดบุคลากรด้านการตลาดที่มีความรู้หรือประสบการณ์ด้านการขายหรือการตลาดมาก่อน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด รวมถึงสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค มักจำหน่ายในท้องถิ่นตลาดในประเทศ ไม่สามารถส่งออกไปขายต่างประเทศ

๒. ปัญหาการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านสังคม จากการศึกษาทั้ง ๕ ประเทศ พบปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานที่เหมือนกัน คือ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล เนื่องจากตลาด SMEs มีการแข่งขันค่อนข้างสูง จึงมุ่งเน้นในเรื่องการผลิตหรือการค้าขายเพื่อเกิดกำไรสูงสุด โดยละเลยด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงขาดระบบการดูแลซัพพลายเออร์ที่ผิดจริยธรรมและขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ SMEs บางรายต้องสูญเสียรายได้และประสบความล้มเหลวทางธุรกิจ และส่งผลต่อความยั่งยืน ซึ่งเรื่องดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าด้วย

แต่ปัญหาที่สำคัญและเกิดขึ้นมากที่สุดในประเทศไทย คือ ขาดความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ เนื่องจาก SMEs ไทยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กและทำธุรกิจโดยลำพัง ขาดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งทั้งจากอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสมาคมการค้า ทำให้ SMEs ไม่สามารถมีความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่เกื้อหนุนกันได้ และไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ รวมทั้งทำให้มีอำนาจในการต่อรองน้อย

๓. ปัญหาการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาทั้ง ๕ ประเทศ พบปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานที่เหมือนกัน คือ ขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม/จัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ และได้มาตรฐานสากล เนื่องจาก SMEs บางราย ในแต่ละประเทศละเลยการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมในกระบวนการธุรกิจและไม่มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในระบบของห่วงโซ่อุปทาน โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องใน

ระบบห่วงโซ่อุปทานอาจสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การกำจัดของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่มีการใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น รวมถึงไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการของห่วงโซ่อุปทาน เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและขาดความร่วมมือจากองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของรัฐบาล ซึ่งมีผลทำให้ SMEs ประสบความล้มเหลวและไม่ยั่งยืน โดยประเทศที่กำลังพัฒนามีแนวโน้มเกิดปัญหาดังกล่าวสูงกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว

เมื่อพิจารณาระดับของปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานเปรียบเทียบตามคุณลักษณะของ SMEs พบว่า วิสาหกิจขนาดเล็กมีปัญหามากกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง เนื่องจากวิสาหกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัวมากกว่าและมักจะใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ด้วยตนเอง บุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้อง รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีมาใช้น้อยและมีจำนวนแรงงานน้อยกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง

รายละเอียดดังสรุปในตารางที่ ๔-๒

ตารางที่ ๔-๒ สรุปปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่ SMEs และระดับรากหญ้า กรณีศึกษาในต่างประเทศและประเทศไทย

ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน		สหรัฐอเมริกา	จีน	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ไทย
ที่มาของข้อมูล		Adoukou nou (2019)	Rossarin Osatha nunkul (2010)	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, (๒๕๖๐)		
ด้านเศรษฐกิจ						
๑	ขาดสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบ	✓	✓	✓	✓	✓*
๒	ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีทักษะ	✓	✓	✓	✓	✓
๓	ขาดความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมอันทันสมัย	✓	✓			
๔	การบริหารธุรกิจและกลยุทธ์ขาดประสิทธิภาพ		✓			✓
๕	ขาดความเชี่ยวชาญด้านการตลาด					✓
ด้านสังคม						

ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน		สหรัฐอเมริกา	จีน	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ไทย
ที่มาของข้อมูล		Adoukou nou (2019)	Rossarin Osathanunkul (2010)	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, (๒๕๖๐)		
๖	ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล	✓	✓	✓	✓	✓
๗	ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน		✓			✓
๘	อุปสรรคด้านกฎระเบียบและนโยบายของรัฐบาล				✓	
๙	ขาดความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ		✓			✓*
๑๐	ขาดการสืบทอดกิจการ			✓		

ตารางที่ ๔-๒ สรุปปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่ SMEs และระดับรากหญ้า กรณีศึกษาในต่างประเทศและประเทศไทย (ต่อ)

ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน		สหรัฐอเมริกา	จีน	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ไทย
ที่มาของข้อมูล		Adoukou nou (2019)	Rossarin Osathanunkul (2010)	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, (๒๕๖๐)		
ด้านสิ่งแวดล้อม						
๑๑	ขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม/จัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล	✓	✓	✓	✓	✓*

หมายเหตุ : * คือ ปัญหาที่สำคัญมากที่สุดของมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ในประเทศไทย และในเรื่องที่ ๒ และ ๖ เป็นปัญหาห่วงโซ่อุปทานที่พบใน SMEs และเชื่อมโยงสู่ระดับรากหญ้า

ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ระดับรากหญ้า

จากตารางที่ ๔-๒ พบว่า ปัญหาเรื่องขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีทักษะและขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของ SMEs ดังกล่าวข้างต้น เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าโดยตรง เพราะ SMEs มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการจ้างงานของประเทศ เนื่องจาก SMEs มีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งบทบาทนี้รวมถึงการที่ SMEs เป็นภาคธุรกิจที่ช่วยดูดซับแรงงานที่เคลื่อนย้ายออกจากภาคการเกษตร การที่ SMEs เป็นแหล่งจ้างงานขนาดใหญ่ของประเทศนั้น การประกอบกิจการของ SMEs จึงส่งผลกระทบต่อการมีงานทำและรายได้ของครัวเรือนจำนวนมากของระดับรากหญ้า ประกอบกับ SMEs ไทย มักใช้แรงงานต่างด้าว แรงงานเด็ก การละเมิดสิทธิมนุษยชนของแรงงาน ซึ่งแสดงถึงการขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าในเรื่องของการจ้างแรงงานท้องถิ่นด้วย

นอกจากปัญหาที่เชื่อมโยงจาก SMEs สู่ระดับรากหญ้าแล้ว ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานของระดับรากหญ้าในประเทศไทย ที่สำคัญมากที่สุด คือ “ปัญหาขาดความรู้ในการพัฒนาต่อยอดสินค้าการเกษตร” ซึ่งเป็นปัญหาในมิติด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากกลุ่มเกษตรกร ซึ่งเป็นระดับรากหญ้าส่วนใหญ่ ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปสินค้าเกษตร ตลอดจนการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรของตนเองและชุมชนให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด รวมถึงยังขาดองค์ความรู้ทางวิชาการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีมาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล จนทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น โดยเกษตรกรลูกหลาน ไม่ต้องไปหางานทำในต่างจังหวัด

แนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

ผลการวิจัยในส่วนนี้ มาจากข้อมูล ๒ ส่วน คือ ๑. ข้อมูลทุติยภูมิ โดยการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารวิชาการ บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ กรณีศึกษาในต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ และ ๒. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับ SMEs และระดับรากหญ้า ใน

ประเทศไทย ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสัยทัศน์ขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ โดย 7-Eleven มีรายละเอียดผลการวิจัยดังนี้

๑. ประเทศสหรัฐอเมริกา

๑.๑ ภาครัฐ นโยบายของภาครัฐในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน SMEs และระดับรากหญ้า

สหรัฐอเมริกา มีการจัดการนโยบายและมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจ ผ่านสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Business Administration : SBP) ซึ่งเป็นหน่วยงานพิเศษที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดเล็กครบวงจร โดยสำนักงาน SBA ได้มีการช่วยเหลือดังกล่าวผ่านสำนักงานเขต (SBA District Offices) ทั่วประเทศสหรัฐอเมริกา SBA ได้วางข้อกำหนดสำหรับกิจการที่จะอยู่ในกรอบของวิสาหกิจขนาดย่อม คือเป็นธุรกิจที่มีจำนวนลูกจ้างไม่เกิน ๕๐๐ คน และมีรายได้เฉลี่ยต่อปีไม่เกิน ๗ ล้านเหรียญสหรัฐ โดยการให้ความช่วยเหลือของ SBP ครอบคลุม ๕ ด้าน ได้แก่ ๑. การให้คำปรึกษาพัฒนาผู้ประกอบการ โดย SBP ทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน สมาคม และมูลนิธิที่ไม่แสวงหากำไร ในการให้คำปรึกษาพัฒนาผู้ประกอบการในกลุ่มต่างๆ ที่สนใจประกอบธุรกิจขนาดย่อม ๒. การส่งเสริมการเข้าถึงทางการเงิน ประกอบด้วย แหล่งสินค้า (Debt Financing) โดยการค้ำประกันสินเชื่อผ่านสถาบันการเงินให้กับวิสาหกิจ การร่วมลงทุนในธุรกิจวิสาหกิจ ผ่านบริษัทลงทุนวิสาหกิจขนาดย่อม (SBIC) ซึ่ง SBP เข้าร่วมทุนร่วมกับนักลงทุนภาคเอกชน คือ กองทุนบำเหน็จบำนาญธนาคาร ประชาชนที่มีสินทรัพย์สูง ฯลฯ การออกหนังสือค้ำประกันให้กับวิสาหกิจขนาดย่อมที่ประกอบกิจการให้กับโครงการภาครัฐ โดยผู้ประกอบการสามารถยื่นขอผ่านสถาบันการเงินในท้องถิ่น ๓. การส่งเสริมการเข้าถึงการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐในระดับท้องถิ่น และมีโครงการ HUBZone ซึ่งกำหนดให้การลงทุนในโครงการของรัฐต้องมีการสนับสนุนวิสาหกิจไปพร้อมๆ กัน ๔. การให้ความช่วยเหลือยากเกิดภัยพิบัติสำหรับวิสาหกิจขนาดย่อม ซึ่งแบ่งความช่วยเหลือเป็น ๒ ประเภท ได้แก่ สินเชื่อสำหรับภัยพิบัติและสินเชื่อความเสียหายจากสภาพเศรษฐกิจ (EIDL) ๕. การเป็นตัวแทนของวิสาหกิจขนาดย่อม เพื่อรักษาและปกป้องผลประโยชน์ของวิสาหกิจขนาดย่อมในหน่วยงานของรัฐ รวมถึงระบบเศรษฐกิจและแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระต่อหน่วยงานในระดับสาธารณรัฐ รัฐสภา ประธานาธิบดี และศาลในระดับสาธารณรัฐ อย่างไรก็ตาม โครงสร้างและกลไกการบริหารจัดการนโยบายและมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจของสหรัฐอเมริกา แม้จะริเริ่มโดยรัฐบาลในระดับสาธารณรัฐและผู้อำนวยการของ SBP มีสำนักงานรวม ๗๔ แห่ง ในท้องถิ่น และมีศูนย์ให้บริการและส่งเสริมวิสาหกิจจำนวน ๑๑ ประเภท ซึ่งทำงานร่วมกันกับสถาบันการเงินในท้องถิ่น เพื่อกระจายการบริการไปถึงระดับท้องถิ่นอย่างแท้จริง สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๖๐)

นอกจากนี้รัฐบาลของประเทศสหรัฐอเมริกายังมีโครงการการช่วยเหลือด้านการเงินแก่วิสาหกิจขนาดย่อมผ่านทาง SBA ในหลายรูปแบบ ดังนี้

๑.๑.๑ โครงการเงินกู้ยืมสำหรับธุรกิจขนาดย่อม SBA จะให้การสนับสนุนด้านการเงินผ่านทางโครงการให้กู้ยืมเงินที่เรียกว่า Loan Programs ซึ่งมีเงินกู้หลายประเภท อาทิ Microloan Program ที่ให้เงินกู้จำนวนไม่มากและเป็นเงินกู้ระยะสั้นสำหรับธุรกิจขนาดย่อม เป็นต้น

๑.๑.๒ โครงการเงินกู้ประเภท 7(a) Loan Program ซึ่งถือเป็นโครงการความช่วยเหลือประเภทเงินกู้ที่ SBA ได้ให้แก่วิสาหกิจขนาดย่อมที่เริ่มกิจการแล้วหรือที่เพิ่งจะเริ่มดำเนินกิจการที่อาจจะไม่มีสิทธิในการขอกู้เงินในการดำเนินธุรกิจจากแหล่งเงินกู้อื่นๆ โดยที่ SBA ไม่ได้เป็นผู้ที่ปล่อยเงินกู้เอง แต่จะให้การช่วยเหลือผ่านการการันตีเงินกู้บางส่วนที่สถาบันการเงินให้สินเชื่อ ซึ่งโครงการนี้ถือเป็นเงินกู้ที่ใช้มากที่สุดในการให้การช่วยเหลือธุรกิจขนาดย่อม

๑.๑.๓ โครงการเงินช่วยเหลือเพื่อการส่งออก Export Loan Programs โดย SBA มีนโยบายและการดำเนินการในการช่วยเหลือธุรกิจส่งออก โดยการจัดสรรเงินช่วยเหลือเป็นเงินกู้ในโครงการต่างๆ แบ่งเป็นโครงการที่สำคัญ ดังนี้ โครงการ Export Express Program เป็นโครงการเพื่อช่วยเหลือด้านเงินกู้ให้ผู้ส่งออกรายเล็กที่ต้องการกู้เงินไม่เกิน ๕๐,๐๐๐ เหรียญสหรัฐ ให้รับเงินกู้ได้อย่างรวดเร็วและไม่ยุ่งยาก โครงการ Export Working Capital Program (EWCP) โดย SBA ช่วยให้อวิสาหกิจขนาดย่อมได้มีเงินทุนในการผลิตสินค้าเพื่อส่งออกได้ โดย SBA จะเป็นผู้ค้ำประกันเงินกู้ให้กับผู้ส่งออกถึงร้อยละ ๙๐ และเงินกู้ที่มียอดสินเชื่อไม่เกิน ๕ ล้านดอลลาร์สหรัฐ โครงการ International Trade Loan Program โครงการนี้ให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดย่อมด้วยการให้เงินกู้สำหรับสินทรัพย์ และเงินทุนในการดำเนินกิจการที่ต้องการเริ่มหรือกำลังดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับการส่งออก SBA จะค้ำประกันเงินกู้ให้กับผู้ส่งออกถึง ร้อยละ ๙๐ และเงินกู้ที่มียอดสินเชื่อไม่เกิน ๕ ล้านดอลลาร์สหรัฐ

๑.๑.๔ โครงการเงินกู้เร่งด่วน โครงการเงินกู้ของ SBA ประเภทนี้เป็นโครงการที่มีกระบวนการปล่อยสินเชื่อที่รวดเร็ว สำหรับวิสาหกิจขนาดย่อมที่อยู่ในกลุ่มที่ถูกจัดสรรเป็นพิเศษคือ ผู้กู้ยืมที่รับราชการทหาร ทหารผ่านศึก หรือจากชุมชนที่ได้รับความเดือดร้อน เป็นต้น

๑.๑.๕ โครงการผู้ให้กู้เงินในชนบท SBA ได้จัดให้มีโครงการที่จะสนับสนุนการให้เงินกู้แบบวิธีพิเศษสำหรับชุมชนขนาดเล็กและผู้ให้กู้ในชนบท ในโครงการที่เรียกว่า Small/Rural Lender Advantage (S/RLA) เพื่อเป็นการขยายการส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นระดับรากหญ้า

๑.๒ ภาคเอกชน การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนของ SMEs และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

กรณีศึกษาธุรกิจ Walmart ในประเทศสหรัฐอเมริกา

Negi and Anand (2014) ได้ศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม จากกรณีศึกษาของ Walmart พบว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืนในด้าน

สิ่งแวดล้อมเป็นพื้นฐานที่สำคัญสำหรับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาดและพัฒนาไปสู่ความยั่งยืน ดังจะเห็นได้จากบริษัทค้าปลีกรายใหญ่ที่สุดในโลก ดังเช่น Walmart บริษัทค้าปลีกขนาดใหญ่ในสหรัฐอเมริกาและหลายประเทศทั่วโลก ก่อตั้งในรัฐอาร์คันซอ สหรัฐอเมริกา โดยนายแซม วอลตัน ในปี พ.ศ. ๒๕๐๕ ปัจจุบันเป็นบริษัทขายปลีกที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ ๑ ของโลก Walmart มีกระบวนการธุรกิจสีเขียว (Green Business Process) โดยมีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมในกระบวนการต่างๆ ของห่วงโซ่อุปทาน ได้แก่ การลดของเสีย การใช้พลังงานทดแทน ๑๐๐% จำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการขนส่งและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ Walmart ยังให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดหาวัตถุดิบเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของห่วงโซ่อุปทาน บริษัทจึงจำเป็นต้องทราบว่าจะวัตถุดิบหรือส่วนประกอบของสินค้าต่างๆ มาจากไหน มีกระบวนการผลิตอย่างไร เพื่อให้ทราบวงจรชีวิตทั้งหมดของสินค้า Walmart จึงได้พัฒนาดัชนีความยั่งยืน เพื่อให้ซัพพลายเออร์ หรือวิสาหกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทราบถึงแนวทางและปฏิบัติให้สอดคล้องกับนโยบายด้านความยั่งยืนของบริษัท และเป็นแนวทางที่ Walmart ช่วยส่งเสริมให้วิสาหกิจมีศักยภาพ มีมาตรฐาน ทำให้เกิดความโปร่งใสในห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ยังช่วยให้ลูกค้าได้รับข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับความยั่งยืนของสินค้าที่ต้องการซื้ออีกด้วย

โดยดัชนีการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน มุ่งเน้นใน ๔ เรื่อง ได้แก่ ๑. พลังงานและสภาพภูมิอากาศ ๒. ประสิทธิภาพของวัตถุดิบ ๓. ธรรมชาติและทรัพยากร และ ๔. ผู้บริโภคและสังคม ประโยชน์ของการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อให้ซัพพลายเออร์ หรือวิสาหกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้ปฏิบัติ มีข้อดีคือ

๑. ช่วยลดต้นทุนพลังงานและการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
๒. ช่วยลดของเสียและเพิ่มคุณภาพ ซึ่งทำให้สามารถประหยัดเงินได้ โดยลดทรัพยากรและต้นทุนโลจิสติกส์
๓. การปรับปรุงคุณภาพและสร้างความมั่นใจว่าวัตถุดิบมีแหล่งที่มาที่ชัดเจน และมีกระบวนการผลิตที่ยั่งยืน
๔. สถานที่ผลิตของซัพพลายเออร์และวิสาหกิจต่างๆ ต้องมีประสิทธิภาพ ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสังคม แต่ในทางตรงข้าม ต้องมีส่วนร่วมช่วยสร้างโอกาสในการปรับปรุงคุณภาพชีวิต สุขภาพ ของผู้คนและสังคม ซึ่งเป็นระดับรากหญ้าได้อีกด้วย
๕. ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ผลิตสินค้าและมีมาตรฐานในการปฏิบัติงานของการผลิตสินค้า

สำหรับบทบาทของ Walmart ที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา ศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนของวิสาหกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการพัฒนาความยั่งยืน ของห่วงโซ่อุปทานในด้านสิ่งแวดล้อม มีดังนี้

๑. Walmart ทำงานใกล้ชิดกับซัพพลายเออร์และวิสาหกิจต่างๆ เพื่อหา วิธีการในการเพิ่มประสิทธิภาพของเชื้อเพลิง/พลังงาน รวมถึงการใช้พลังงานทดแทนในการดำเนินงาน ตลอดห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด ตั้งแต่การสกัดวัตถุดิบจนถึงการใช้งานของผู้บริโภค และสินค้าหมดอายุ สิ่งเหล่านี้ไม่เพียงช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเท่านั้น แต่ยังช่วยรักษาระบบภูมิอากาศและ ประหยัดเงินของลูกค้าอีกด้วย

๒. Walmart ยังมุ่งเน้นไปที่การใช้ประโยชน์สูงสุดจากวัสดุและการลดของ เสีย ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ประหยัดพลังงานและขับเคลื่อนในเรื่องการรีไซเคิลสินค้า รวมถึงยังเข้าไปแนะนำซัพพลายเออร์และวิสาหกิจต่างๆ เกี่ยวกับมาตรการดังกล่าว เพื่อให้แน่ใจว่า สินค้าที่ผลิตนั้นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

๓. ในด้านผลิตภัณฑ์ Walmart ช่วยซัพพลายเออร์และวิสาหกิจต่างๆ ในการ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการลดขนาดของบรรจุภัณฑ์และสามารถ นำกลับมาใช้ใหม่ เพื่อทำให้จัดเก็บสินค้าได้ง่ายขึ้น และจัดส่งสินค้าได้มากขึ้น ประหยัดค่าขนส่งและ พลังงาน นอกจากนี้ยังง่ายต่อการกำจัด

๔. ในด้านโลจิสติกส์ Walmart ได้มีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยปรับปรุง ประสิทธิภาพของรถขนส่งที่ช่วยลดเชื้อเพลิง และนำพลังงานทดแทนมาใช้ เพื่อลดมลพิษทาง อากาศที่จะส่งผลกระทบต่อชุมชน โดยร่วมมือกับวิสาหกิจต่างๆ

ในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมของ Walmart กับวิสาหกิจต่างๆ นั้น Walmart ได้คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อผู้คนและชุมชนเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นระดับรากหญ้า โดย ประโยชน์ที่ชุมชนจะได้รับจากการดำเนินงานของ Walmart ดังกล่าวทั้งหมดนี้ จะช่วยลดผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมและการใช้ชีวิตของคนในชุมชน

๒. ประเทศจีน

๒.๑ ภาครัฐ นโยบายของภาครัฐในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ SMEs และระดับรากหญ้า

รัฐบาลมีการออกมาตรการสนับสนุน SMEs ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการผลักดัน วิสาหกิจ โดยกฎหมายหลักที่สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศจีน ได้แก่ Law of the People's Republic of China on Promotion of Small and Medium Sized Enterprises ซึ่งได้กำหนดให้สภาแห่งชาติเป็นผู้ที่กำหนดนโยบาย และการวางแผนงานที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจ โดย มีกรมต่างๆ ที่อยู่ในสังกัดของสภาแห่งชาตินั้นเป็นผู้ที่ดำเนินการตามนโยบายและแผนที่สภาแห่งชาติ

กำหนด โดยสาระสำคัญของกฎหมายในการส่งเสริมพัฒนา SMEs จะมุ่งเน้นใน ๕ เรื่องได้แก่ ๑. กฎหมายกำหนดให้องค์กรภาครัฐทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมพัฒนา SMEs ต้องจัดให้มีการให้บริการข้อมูลที่จำเป็นและเหมาะสม รวมถึงให้คำปรึกษาแก่ SMEs ๒. ด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี รัฐบาลต้องมีการกำหนดนโยบายสนับสนุนให้ SMEs พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เทคนิค และอุปกรณ์ในการผลิตที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด ๓. ด้านการพัฒนาการตลาด รัฐบาลได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจการขนาดใหญ่ในการสร้างความร่วมมือกับวิสาหกิจขนาดเล็กโดยการจัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ และได้จัดงาน China International SMEs Fair เพื่อให้ SMEs เข้าสู่เวทีการแข่งขันในระดับสากล ทั้งยังเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย ๔. การจัดซื้อจัดจ้างของรัฐบาล เมื่อรัฐบาลต้องการจะจัดซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ จากภาคเอกชนรัฐจะต้องให้ความสำคัญต่อ SMEs เป็นอันดับแรก กล่าวคือ ต้องพิจารณาจัดซื้อสินค้าหรือบริการจาก SMEs เสียก่อนที่จะพิจารณาจัดซื้อจากธุรกิจขนาดใหญ่ ๕. การสนับสนุนด้านการส่งออก กฎหมายกำหนดให้หน่วยงานของรัฐบาลและสถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมีหน้าที่ให้คำแนะนำและสนับสนุน SMEs ในการส่งออกสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๖๐)

นอกจากนี้จีนยังได้ประกาศยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๓ ระยะ ๕ ปี (๒๕๕๙-๒๕๖๔) ซึ่งเกี่ยวข้องการพัฒนา SMEs ให้มีความยั่งยืนโดยตรงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเปลี่ยนรูปแบบการผลิตที่เน้นด้านปริมาณไปสู่การผลิตที่มุ่งเน้นคุณภาพจากการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต ซึ่งได้แบ่งช่วงเวลาการปฏิรูปด้านการผลิตและอุตสาหกรรมของประเทศออกเป็น 3 ระดับดังต่อไปนี้

ขั้นที่ ๑ (ปี ๒๕๕๙-๒๕๖๘) มุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการผลิตในภาคอุตสาหกรรมและยกระดับผลิตภาพแรงงาน รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างนวัตกรรมของภาคอุตสาหกรรมการผลิต โดยมีเป้าหมายเพิ่มผลิตภาพแรงงาน ลดต้นทุนการผลิตและลดอัตราการปล่อยของเสียร้อยละ ๕๐ จากปัจจุบัน ทั้งนี้ภายใต้การพัฒนาในขั้นนี้ ทางจีนยังมีความพยายามในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการจีนสามารถริเริ่มการพัฒนาตราสินค้าผ่านการวิจัยและพัฒนาด้วยตนเอง จนก่อให้เกิดสินค้าหรือบริการที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในจีน หรือที่เรียกว่า Created in China 1

ขั้นที่ ๒ (ปี ๒๕๖๙-๒๕๗๘) มุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างนวัตกรรมให้สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อันจะมีส่วนช่วยยกระดับศักยภาพโดยรวมของอุตสาหกรรมการผลิตจีนให้เทียบเท่าประเทศมหาอำนาจของโลกภายในปี ๒๕๗๘

ขั้นที่ ๓ (ปี ๒๕๗๙-๒๕๙๒) มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมการผลิตจีนขึ้นสู่ระดับประเทศมหาอำนาจด้านการผลิตชั้นนำของโลกในปี ๒๕๙๒ ซึ่งเป็นปีเดียวกันกับการเฉลิมฉลองครบรอบ 100 ปีของการสถาปนาสาธารณรัฐประชาชนจีน

ทั้งนี้ แผนยุทธศาสตร์ Made in China 2025 ข้างต้น อยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพอย่างยั่งยืน ๑๐ อุตสาหกรรมด้วยกัน ผ่านการให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมด้านอุตสาหกรรมการผลิต การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประสานเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากับภาคอุตสาหกรรม รวมไปถึงการสร้างเชื่อมั่นให้กับตราสินค้าของจีนในตลาดต่างประเทศ โดยแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวไม่เพียงช่วยเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศ หากยังเป็นการเปิดโอกาสให้ภาคเอกชน โดยเฉพาะกลุ่ม Startup เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น และยังสามารถต่อยอดการพัฒนาไปยังอุตสาหกรรม บริการที่มีความเกี่ยวข้องกับภาคการผลิตได้อีกด้วย โดย ๑๐ อุตสาหกรรมแห่งอนาคตของจีน ได้แก่ ๑. อุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ ๒. อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลการผลิตที่ควบคุมด้วยระบบ Numerical Control (NC) และหุ่นยนต์ ๓. อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์อากาศยานและอวกาศ ๔. อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องมือด้านวิศวกรรมทางทะเลและเรือที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ๕. อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์ขนส่งทางรถไฟที่ทันสมัย ๖. อุตสาหกรรมยานยนต์ประหยัดพลังงานและยานยนต์พลังงานใหม่ ๗. อุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์ด้านพลังงานไฟฟ้า ๘. อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องจักรและเครื่องมือทางการเกษตร ๙. อุตสาหกรรมการผลิตวัสดุชนิดใหม่ ๑๐. อุตสาหกรรมการผลิตยาชีวภาพและอุปกรณ์การแพทย์ประสิทธิภาพสูง

ทั้งนี้ การที่ทางการจีนจะขับเคลื่อน ๑๐ อุตสาหกรรมแห่งอนาคตและอุตสาหกรรมสนับสนุนให้เกิดผลสัมฤทธิ์ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้นั้น จุดเริ่มต้นที่สำคัญคงอยู่ที่ยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการและการเตรียมความพร้อมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ทั้งทรัพยากรมนุษย์และบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้นๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตสินค้าแห่งอนาคต ซึ่งทางการจีนหรือภาครัฐจะเน้นการเป็น Facilitator ให้กับผู้ประกอบการจีนในภาคเอกชนให้สามารถก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมแห่งอนาคตได้อย่างเต็มรูปแบบ อาทิ การริเริ่มโครงการนำร่องด้านการผลิตอัจฉริยะ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (๒๕๖๐)

นอกจากนี้ แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งอนาคตของจีนนั้นจะเน้นกลยุทธ์การรวมกันในแนวตั้ง (Vertical integration) ด้วยการสร้างห่วงโซ่การผลิต ทั้งในแง่ของการจัดหาวัตถุดิบหรือการผลิตสินค้าขั้นกลางในประเทศควบคู่ไปกับการพัฒนาสินค้าหรือบริการแห่งอนาคต อันจะมีส่วนช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน (Supporting industry) เพื่อสร้างความเข้มแข็งของห่วงโซ่มูลค่าภายในจีนเอง และทดแทนการพึ่งพาการนำเข้าสินค้าขั้นกลาง อาทิ การพัฒนาอุตสาหกรรมกลางน้ำของผลิตภัณฑ์พลาสติกจีนผ่านโครงการ Coal-to-olefins (CTO) และ Methanol-to-

olefins (MTO) เพื่อให้ได้มาซึ่งเม็ดพลาสติกจำพวก PE, PVA และ EVA หรือการพัฒนาชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วนยานยนต์แห่งอนาคตขึ้นเองในประเทศอย่าง แผงวงจรรวม (Integrated Circuits: ICs) และแบตเตอรี่ยานยนต์ไฟฟ้า ผ่านการสนับสนุนด้านเงินทุน (Financial policies, funds, and subsidy) ในด้านการวิจัยและพัฒนา

อีกทั้ง ความร่วมมือระหว่างบริษัท IT และ MNC ขนาดใหญ่กับ SME และ Startup ขนาดเล็กซึ่งเป็นภาคเอกชนด้วยกันเองนั้นจะมีส่วนช่วยพัฒนาห่วงโซ่การผลิตข้างต้นได้อีกทาง ผ่านบทบาทของบริษัทขนาดใหญ่ในการเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือ SME และบ่มเพาะศักยภาพของ SME ให้เติบโตไปพร้อมกัน (SME startup accelerator) หรือแม้แต่ความร่วมมือของบริษัท IT ขนาดใหญ่ของจีนกับ SME ที่อยู่ในภาคการผลิตรูปแบบเก่า (Old manufacturing) ในการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้เข้าสู่ระบบอัตโนมัติและเน้นการใช้หุ่นยนต์มากยิ่งขึ้น โดยแนวทางการพัฒนาดังกล่าวข้างต้นย่อมมีส่วนช่วยให้ทางการจีนสามารถบรรลุเป้าหมายสัดส่วนการรับซื้อวัตถุดิบและสินค้าชิ้นกลางภายในประเทศสำหรับการผลิตสินค้าแห่งอนาคต (Domestic content of core components and materials) ที่ร้อยละ ๔๐ ในปี ๒๐๒๐ และร้อยละ ๗๐ ในปี ๒๐๒๕ ตามลำดับ

แนวทางการดำเนินงาน ประกอบด้วย ๑. การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ๒. การผลิตที่มุ่งคุณภาพ ๓. การผลิตมุ่งเน้นและพัฒนาไปสู่การผลิตสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ๔. การปฏิรูปโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตด้วยการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมกับการพัฒนาคุณภาพสินค้าและตราสินค้าของจีน ๕. การพัฒนาบุคลากรโดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในภาคการผลิตของจีน ซึ่งแผนการดำเนินงานของยุทธศาสตร์ ของ Made in China 2025 เป็นแผนระยะ ๑๐ ปี มีเป้าหมายสู่การเป็นประเทศผู้นำด้าน

๒.๒ ภาคเอกชน การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนของ SMEs และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

๒.๒.๑ กรณีศึกษาธุรกิจร้าน 7-Eleven ในประเทศจีน

ร้านสะดวกซื้อเป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่มีบทบาทอย่างมากต่อผู้บริโภคในประเทศจีน เนื่องจากประชากรที่อาศัยในแถบเมืองมีจำนวนเพิ่มขึ้น ประกอบกับไลฟ์สไตล์ของชาวจีนยุคใหม่ที่นิยมความรวดเร็วและสะดวกสบาย บางครั้งผู้บริโภคบางกลุ่มเข้ามาเดินในร้านสะดวกซื้อเพื่อฆ่าเวลา รอเพื่อน หรือต้องการรับประทานอาหารง่ายๆ ในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งร้านสะดวกซื้อในขณะนี้มิโซนที่นั่งให้ลูกค้าได้นั่งพักผ่อน หรือรับประทานอาหารง่ายๆ จึงกลายเป็นจุดพบปะยอดนิยมของผู้บริโภคชาวจีน ดังนั้นร้านสะดวกซื้อจึงตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ในจีนได้อย่างดี ร้านสะดวกซื้อส่วนใหญ่ในประเทศจีนจะอยู่ในมณฑลใหญ่เป็นหลัก เช่น ปักกิ่ง เทียนจิน เซียงไฮ้ กว่างโจง ฉินตู เป็นต้น โดยร้านสะดวกซื้ออันดับ ๑ ของจีน คือ 7-Eleven อันดับ ๒ คือ FamilyMart นอกนั้นเป็นร้าน

สะดวกซื้อแบรนด์เก่าในท้องถิ่นที่ขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง เช่น Hong Qi, WuDengFeng และ WoWo เป็นต้น

ร้าน 7-Eleven ในประเทศจีนเป็นการซื้อลิขสิทธิ์มาจากประเทศญี่ปุ่น ดังนั้นสินค้าที่วางขายจึงเป็นสินค้าที่มาจากญี่ปุ่นเป็นจำนวนมาก รูปแบบการบริการและการจัดวางสินค้าก็เป็นมาตรฐานเดียวกันกับประเทศญี่ปุ่นและไทย อาจจะแตกต่างในรายละเอียดบางอย่างเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนจีนเป็นหลัก แต่อย่างไรก็ตามจำนวนโดยรวมของร้านสะดวกซื้อในจีนทั้งหมดถือว่ายังมีปริมาณน้อยมากถ้าเทียบกับประเทศไทย เพราะปัจจุบันยังมีการกระจายตัวเฉพาะในเมืองใหญ่ๆ เท่านั้น

นอกจากร้าน 7-Eleven จะมีบทบาทต่อผู้บริโภคแล้ว ยังมีบทบาทสำคัญต่อ SMEs ซึ่งเป็นคู่ค้าหลักและระดับรากหญ้า เช่น เกษตรกร ด้วย โดย 7-Eleven จะมีบทบาทช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนของ SMEs และระดับรากหญ้าในด้านต่างๆ ซึ่งลักษณะการส่งเสริมนี้ 7-Eleven ในแต่ละประเทศจะดำเนินการต่างกัน ถึงแม้ว่าจะอยู่ภายใต้แบรนด์/ลิขสิทธิ์เดียวกันก็ตาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

๑. 7-Eleven เป็นช่องทางการขายและกระจายสินค้าให้กับ SMEs เนื่องจากมีจำนวนสาขาเยอะและครอบคลุมทั้งตัวจังหวัดและหลากหลายพื้นที่ของแต่ละจังหวัด ก็ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ครบทุกระดับทั้งบน กลาง และรากหญ้า

๒. 7-Eleven เป็นเสมือนห้องทดลองทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพอีกแห่งหนึ่งเพื่อให้ SMEs ได้ใช้สำหรับทดสอบการตอบรับสินค้าของแบรนด์ต่างๆ ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะกลุ่ม SME ที่ไม่ได้มีต้นทุนมากพอที่จะไปจ้างบริษัทมาทำวิจัยอย่างจริงจัง การได้วางขายผ่านร้าน 7-Eleven จึงเป็นหนึ่งแนวทางในการรับทราบผลตอบรับที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าของตัวเองได้ในมิติที่กว้างขึ้น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าให้เติบโตจาก SMEs และกลายมาเป็น Mass Product ในอนาคตต่อไปได้

๓. 7-Eleven จะทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดกับ SMEs ตั้งแต่ยังไม่ได้นำสินค้ามาวางขายภายในร้าน เพราะจะมีหน่วยงานการตลาด หน่วยงานตรวจสอบคุณภาพสินค้า หน่วยงานจัดซื้อ หรือหน่วยงานที่ดูแลมาตรฐานการผลิตต่างๆ เข้ามาให้ความรู้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสินค้าให้ได้มาตรฐาน เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากตลาด รวมทั้งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หรือการแชร์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทั้งในแง่ของการทำตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์

๔. 7-Eleven ช่วยทำให้แบรนด์สินค้าของธุรกิจ SMEs ได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักในระดับประเทศที่สามารถขยายจากธุรกิจแบบ SMEs เติบโตมาเป็น Mass product ในเวลาต่อมาได้

๕. 7-Eleven ทำงานร่วมกันกับ SMEs แบบเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ จะพยายามสนับสนุน SMEs ให้สามารถนำ Data ที่ได้จากการตอบรับสินค้าของผู้บริโภค ไปใช้ในการวางแผนและวิเคราะห์ตลาด รวมทั้งพัฒนาและปรับปรุงสินค้าให้ตรงกับสิ่งที่ตลาดต้องการได้ถูกต้อง

๖. 7-Eleven สนับสนุน SMEs โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ และแชร์ประสบการณ์ผ่าน Best Practice จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเกิดเป็นไอเดีย หรือแรงบันดาลใจในการนำไปพัฒนาต่อยอดธุรกิจของตัวเองอย่างต่อเนื่อง

๗. 7-Eleven สนับสนุน SMEs ให้นำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ในกระบวนการทำงาน เพื่อให้กลุ่ม SMEs เกิดการเรียนรู้และสร้างความคุ้นเคย เพื่อเชื่อมโยงไปสู่การสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับธุรกิจตัวเองได้ ทั้งในแง่ของการใช้เพิ่มช่องทางขายให้กว้างขึ้น รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการสร้างแบรนด์ ที่ไม่ได้จำกัดตลาดอยู่แค่ในประเทศจีน แต่ต้องพยายามมองหาโอกาสที่ช่วยให้สามารถเติบโตได้ในระดับโลกได้อีกด้วย

๘. 7-Eleven ส่งเสริมให้ SMEs สร้างความร่วมมือกับระดับรากหญ้า เช่น เกษตรกร ซึ่งเป็นต้นทางของแหล่งวัตถุดิบที่ SMEs จะนำมาใช้ผลิต ทำให้เกิดการสร้างงานและกระจายได้ไปสู่ระดับรากหญ้า

๙. 7-Eleven ส่งเสริมให้ระดับรากหญ้า เช่น เกษตรกร พัฒนาศักยภาพของตนเอง ถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อให้ระดับรากหญ้าพัฒนาสินค้าเกษตรของตนเองให้สามารถนำมาวางขายในร้าน 7-Eleven ได้

๒.๒.๒ กรณีศึกษาธุรกิจอาลีบาบา (Alibaba) ในประเทศจีน

Alibaba ค้าปลีกออนไลน์ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในประเทศจีน โดยธุรกิจหลักคือการเป็นแพลตฟอร์มทางการค้าสำหรับผู้ที่ต้องการขายสินค้าออนไลน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ธุรกิจระบบรับชำระเงิน โฆษณา และคลาวด์) เป็นต้น โดย Alibaba มีการสนับสนุน SMEs และระดับรากหญ้า ดังนี้

๑. มีช่องทางการขายสินค้าให้กับ SMEs และระดับรากหญ้า เช่น เกษตรกร ในจีน เช่น Taobao.com เป็น Mobile Commerce ที่ใหญ่ที่สุดในจีน ซึ่งมีรูปแบบการตลาดแบบ Consumer to Consumer (C2C) ที่เป็นช่องทางการกระจายสินค้าของ SMEs และคนทั่วไป จุดเด่นของ Taobao คือสินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าท้องถิ่นผลิตเองไม่มีแบรนด์ต่างชาติเข้ามาเกี่ยวข้อง ส่วนใหญ่ผู้ผลิตเป็นชุมชนในชนบท และเพื่อรับกระแส Digital Economy อาลีบาบาได้สร้าง Taobao Village หรือหมู่บ้านเถาเป่าขึ้นมา ซึ่งปัจจุบันมีกว่า ๒,๐๐๐ หมู่บ้านทั่วประเทศ ลักษณะของหมู่บ้านเถาเป่าคือคนในชุมชนหรือหมู่บ้านนั้นๆ นำสินค้าที่ผลิตเองมาวางจำหน่าย อย่างน้อย ครึ่งเรือน ๑๐% ของหมู่บ้านขายของออนไลน์บน Taobao หรืออย่างน้อยมี ๑๐๐ ร้านค้าออนไลน์ต่อหมู่บ้าน และยอดขายต่อปีในออนไลน์ไม่น้อยกว่า ๑๐ ล้านหยวน (ราว ๕๐ ล้านบาท) ต่อ ๑ หมู่บ้าน ซึ่งจากเดิม

SMEs ผลิตของออกมาส่วนใหญ่จะขายในร้านซึ่งมีต้นทุนสูงมาก และไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง แต่ตอนนี้สามารถเสนอสินค้าได้ทั่วโลก

โดยมีตัวอย่างของ SMEs จีนรายหนึ่งทำธุรกิจนำเข้าผลไม้จากไทย ระบุว่าธุรกิจของเขาเริ่มต้นด้วยการนำเข้าผลไม้และเปิดร้านค้าส่งที่เมืองหนานหนิง ต่อมาได้เริ่มขายผลไม้บนเว็บไซต์โดยใช้แพลตฟอร์มของ Taobao ในระยะแรกเป็นการขายสินค้าที่มีอยู่ในสต็อก เมื่อเว็บไซต์ได้รับความนิยมสูงขึ้นจึงริเริ่มทำตลาดส่งจองล่วงหน้าก่อนที่จะถึงฤดูกาลประมาณ ๑ เดือน ช่วยให้ประเมินความต้องการของลูกค้าได้ล่วงหน้า และลดความสูญเสียจากการนำเข้าที่ไม่เพียงพอหรือนำเข้ามากเกินไปได้ ปัจจุบันธุรกิจดังกล่าว เติบโตขึ้นและมีฐานลูกค้าอยู่ทุกมณฑล

๒. มี Alibaba Business School (ABS) จัดทำหลักสูตรอบรมสำหรับ SMEs เพื่อสร้างความสามารถทางการค้าผ่านระบบอีคอมเมิร์ซ โดยเน้นการขายสินค้าบนเว็บไซต์เถาเป่า

๓. ให้ความรู้กับ SMEs ได้รู้จักวิธีการคัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพนำไปขายบนเว็บไซต์และทำการทดสอบออร์เดอร์บนอินเทอร์เน็ตส่งภายใน ๓ วัน

๔. สนับสนุน SMEs ให้นำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจ เช่น มีระบบ Big data และ Artificial Intelligent (AI) ซึ่งเป็นหัวใจที่ช่วยวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำรวดเร็ว มีระบบการชำระเงิน Alipay ระบบการพูดคุยกันระหว่างผู้ซื้อผู้ขายใน Taobao ซึ่งไม่ใช่แค่การตอบโต้ซื้อขาย แต่วัฒนธรรมจีนให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ Taobao จึงสร้างความเป็นชุมชน (Community) ให้พวกเขาพูดคุยกันไว้ใจกัน หลายคนกลายเป็นเพื่อน หลายคนถึงกับแต่งงานกัน

ส่วนหนึ่งของความสำเร็จที่ยั่งยืนของการส่งเสริม SMEs และระดับรากหญ้าในประเทศจีนมาจากการส่งเสริมของรัฐบาลจีนอย่างจริงจัง ดังจะเห็นได้จากการร่วมมือกับภาคเอกชนอย่าง Alibaba ให้เข้ามาช่วยเหลือและสอนชาวบ้านในพื้นที่ห่างไกล ซึ่งเป็นระดับรากหญ้า เพื่อให้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีได้เทียบเท่าคนในเมือง รวมถึงในทุกชุมชนจะมีศูนย์บริการให้ความช่วยเหลือการซื้อขายสินค้าอีคอมเมิร์ซช่วยผู้ที่ไม่สะดวกสั่งซื้อสินค้าหรือขายสินค้าทางออนไลน์สามารถมาใช้บริการของศูนย์ทั้งการให้คำแนะนำและช่วยสั่งซื้อหรือนำสินค้าไปวางขายในเว็บไซต์ทำให้ตลาดอีคอมเมิร์ซในชนบทเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ด้วยความร่วมมือจากทุกฝ่าย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน (ค้ำปเล็กสมัยใหม่และ SMEs) และประชาชน (ระดับรากหญ้า)

๓. ประเทศญี่ปุ่น

๓.๑ ภาครัฐ จากการศึกษาของ สุชาติ อุดมโสภกิจ (๒๕๕๗) พบว่า ญี่ปุ่นเริ่มนโยบายการส่งเสริม SMEs ขึ้นภายหลังสงครามโลกครั้งที่ ๒ ทรัพยากรส่วนใหญ่ของประเทศถูกนำไปใช้ในอุตสาหกรรมเหล็กและถ่านหินภายใต้นโยบาย “ระบบการผลิตตามลำดับความสำคัญ” (Priority Production System Policy) ที่เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. ๒๕๔๘ ในขณะที่มีความช่วยเหลือด้านการเงินและด้านต่างๆ แก่ SMEs ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในอุตสาหกรรมเบามีค่อนข้างน้อยจนทำให้ SMEs

ประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ต่อมาคณะรัฐมนตรีจึงได้กำหนดให้มีนโยบายช่วยเหลือ SMEs ขึ้น ภายใต้โครงการจัดทำ “โครงสร้างมาตรการ SMEs” หรือ Outline of SME measures ขึ้นในปี พ.ศ. ๒๕๕๐ พร้อมจัดให้มีสำนักงานเพื่อช่วยเหลือแก่ SME (General Bureau of SME)

ในปี พ.ศ. ๒๕๕๑ ญี่ปุ่นจึงได้จัดตั้งสำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise Agency: SMEA) ขึ้นอย่างเป็นทางการ เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบนโยบายการส่งเสริม SMEs ของประเทศ และพัฒนาปรับปรุงมาตรการด้านต่างๆ เพื่อรองรับนโยบายการส่งเสริม SMEs เช่น การจำแนกประเภท SMEs การกำหนดนโยบายส่งเสริม SMEs จัดตั้งสถาบันการเงินของรัฐเพื่อให้ความช่วยเหลือด้านการเงินแก่ SMEs การให้คำปรึกษาและแนะนำแก่ SMEs และการสนับสนุนรวมกลุ่มก่อตั้งองค์กรธุรกิจเพื่อป้องกันการผูกขาดทางการตลาดของบริษัทขนาดใหญ่ ซึ่งปัญหาการผูกขาดทางการตลาดของบริษัทขนาดใหญ่ในขณะนั้นทำให้ SMEs ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ท่ามกลางปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ

การพัฒนา SMEs ของประเทศญี่ปุ่นมุ่งเน้นในด้านบทบาทของรัฐบาลที่เข้มแข็ง สามารถควบคุมดูแลได้อย่างครบถ้วนและทั่วถึง มีการส่งถ่ายนโยบายที่ดีจากกระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าของรัฐบาลกลาง และหน่วยงานที่ดูแล SMEs (SME Agency) ไปยังรัฐบาลท้องถิ่นต่างๆ (Perfecture Government) โดยใช้ระบบงบประมาณเข้าไปกำกับให้รัฐบาลท้องถิ่นต่างๆ ดำเนินงานตามนโยบายของรัฐบาลกลาง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีระบบการเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยงานในระดับท้องถิ่น รัฐบาลกลาง และภาคอุตสาหกรรมที่ดี โดยผ่านองค์กรทางธุรกิจต่างๆ (Business Associations) ในขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นก็มีการรวมกลุ่มในรูปแบบต่างๆ ทั้งสหกรณ์และสมาคมการค้า ซึ่งทำหน้าที่สะท้อนความต้องการและสะท้อนถึงผลของนโยบายต่างๆ ในทางปฏิบัติให้ทางรัฐบาลและส่วนกลางได้ทราบเพื่อทำการปรับปรุงให้นโยบายต่างๆ มีประสิทธิภาพในทางปฏิบัติมากขึ้น

ประเทศญี่ปุ่นนั้นมีการให้การช่วยเหลือ SMEs ทุกๆ ด้าน ทั้งในด้านเทคโนโลยีทางการเงิน การพัฒนาทักษะต่างๆ การให้คำปรึกษา การส่งเสริมให้มีการรวมตัวกันเป็นสหกรณ์และกลุ่มต่างๆ รวมทั้งการช่วยเหลืออุตสาหกรรมขนาดเล็ก และการให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในช่วงที่มีภัยพิบัติต่างๆ รวมทั้งในส่วนของการพัฒนาเทคโนโลยี ข่าวสารข้อมูลนั้น ส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยรัฐบาล ซึ่งใช้งบประมาณจำนวนมาก โดยเป็นการดำเนินการร่วมกันระหว่างรัฐบาลส่วนกลางกับรัฐบาลท้องถิ่น ซึ่งมีหน่วยงานต่างๆ รองรับ แต่หากจะศึกษาในรายละเอียด จะพบว่ามาตรการทางการเงินเป็นมาตรการที่ถูกนำมาใช้และมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการฝึกอบรมต่างๆ หรือการพัฒนาประสิทธิภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกหน่วยงานจะมีส่วนที่เกี่ยวข้องกันทางการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของ

การประกันสินเชื่อ โดยนโยบายที่เกี่ยวกับความช่วยเหลือทางการเงินที่สำคัญจะมี ๒ ส่วนคือ ส่วนที่เป็นการประกันสินเชื่อ (Credit Guarantee) และการมีธนาคาร SMEs (อุตสาหกรรม อุดมโสมกิจ, ๒๕๕๗) สำหรับหน้าที่ของสำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก (The Small and Medium Enterprise Agency: SMEA) คือ การกำกับดูแลเชิงนโยบายและมอบหมายนโยบายให้หน่วยปฏิบัตินำไปดำเนินงาน โดยหน่วยปฏิบัติที่สำคัญ ได้แก่

๑. Organization for Small & Medium Enterprises and Regional Innovation, Japan (SMRJ) มีหน้าที่ให้การสนับสนุน SMEs เกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินงานในประเทศ

๒. Japan External Trade Organization (JETRO) มีหน้าที่ให้การสนับสนุนเกี่ยวกับการดำเนินงานของ SMEs ด้านการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ

๓. Shoko Chukin Bank เป็นธนาคารที่รัฐบาลเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ มีหน้าที่ให้การสนับสนุนด้านการเงินให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs

๔. Japan Finance Corporation เป็นสถาบันการเงินที่รัฐบาลถือหุ้นร้อยละ ๑๐๐ มีหน้าที่ให้การสนับสนุนเงินกู้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจ โดยยึดถือตามนโยบายของรัฐบาล

รัฐบาลญี่ปุ่นให้การสนับสนุน SMEs ใน ๕ มิติ ได้แก่ การบริหารจัดการ การธนาคาร การเงิน การค้าและท้องถิ่น และการให้คำปรึกษาและข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. มิติด้านการสนับสนุนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การเพิ่มขีดความสามารถด้านเทคโนโลยี การสนับสนุนกิจการใหม่ และกิจการที่มีความเสี่ยงสูง (Venture) การสนับสนุนการปรับปรุงการบริหาร การสนับสนุนกิจการรูปแบบใหม่ (เช่น อุตสาหกรรมแพทย์ เป็นต้น) การสนับสนุนด้านทรัพย์สินทางปัญญา การฟื้นฟูกิจการ การจ้างงานและบุคลากร การขยายไปยังต่างประเทศ การสนับสนุนการทำธุรกิจและการจัดซื้อของภาครัฐ (Public procurement) การสนับสนุนให้ธุรกิจมีความมั่นคง

๒. มิติด้านการสนับสนุนด้านการธนาคาร ประกอบด้วย มาตรการต่างๆ อาทิเช่น การจัดให้มีเงินทุนเสริมสร้างความแข็งแกร่งของกิจการการสนับสนุนการใช้เครื่องจักรหรืออุปกรณ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน หรือใช้พลังงานทดแทน ระบบกู้ยืมเงินจากธนาคารของรัฐเพื่อการลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เงินทุนสนับสนุนผู้ริเริ่มกิจการที่เป็นสตรี คนหนุ่มสาว และผู้สูงอายุ การจัดหาพันธมิตรทางธุรกิจผ่านอินเทอร์เน็ต (internet business matching) เงินทุนสำหรับการขยายกิจการไปต่างประเทศ ประกันภัยสำหรับการนำเข้าและส่งออกระบบการกู้เพื่อเตรียมความพร้อมรับมืออุบัติเหตุ เพื่อใช้สำหรับการเตรียมแผนให้สามารถดำเนินกิจการได้อย่างต่อเนื่อง Business Continuity Planning : BCP) เป็นต้น

๓. มิติด้านการสนับสนุนด้านการเงิน ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านภาษี เช่น การลดหย่อนภาษีสำหรับการลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาการจ้างงาน เป็นต้น การให้ความรู้ด้านการบัญชี การสืบทอดกิจการ

๔. มิติด้านการสนับสนุนด้านการค้าและท้องถิ่น ประกอบด้วย การสนับสนุนตามกฎหมายการกระตุ้นย่านร้านค้าในท้องถิ่น ระบบเงินกู้ดอกเบี่ยต่ำ โครงการสนับสนุนการเพิ่มประสิทธิภาพพื้นที่ค้าส่งโครงการส่งเสริมการค้า หรือปรับภูมิทัศน์จุดที่น่าสนใจกลางเมือง โครงการตรวจสอบ ให้คำปรึกษา สร้าง กระตุ้นเมืองร้านค้า การสนับสนุนตามกฎหมายการเพิ่มประสิทธิภาพ ซึ่งรวมกิจกรรมด้านโลจิสติกส์

๕. มิติด้านการให้คำปรึกษาและข้อมูลประกอบด้วยมาตรการต่างๆ เช่น หน่วยงานค้นคว้าวิจัยและทดสอบของภาครัฐ การสนับสนุนกิจการที่แสดงปริมาณการปลดปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์และใช้ระบบ

๓.๒ ภาคเอกชน การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนของ SMEs และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

กรณีศึกษาธุรกิจร้าน 7-Eleven ในประเทศญี่ปุ่น

7-Eleven ญี่ปุ่นดำเนินการโดยบริษัท Seven & i Holdings เริ่มให้บริการในญี่ปุ่นตั้งแต่ พ.ศ.๒๕๑๗ ปัจจุบันมีจำนวนสาขามากกว่า ๒๐,๐๐๐ สาขา โดยมีการบริหารจัดการสาขาต่างๆ ทั้งหมด ๔๗ เขตการปกครองของญี่ปุ่น 7-Eleven เป็นธุรกิจร้านสะดวกซื้อที่มีเครือข่ายสาขาให้บริการมากที่สุด รองจากโปรเชนีย์ญี่ปุ่น ผลประกอบการของ 7-ELEVEN ที่ญี่ปุ่น ณ ปีงบประมาณ ๒๐๑๘ (ถึง ก.พ.๒๐๑๘) มีรายได้ ๔๑.๒ พันล้านดอลลาร์ และมียอดขายต่อ วันต่อสาขา ประมาณ ๖,๐๐๐ ดอลลาร์ กว่า ๑๐ ปีที่แล้ว สำหรับตลาดร้านสะดวกซื้อของญี่ปุ่น 7-ELEVEN มีส่วนแบ่งตลาดประมาณ ๔๐% ตามด้วย LAWSON และ FamilyMart โดยทั้ง ๓ ราย มีส่วนแบ่งตลาดรวมกันประมาณ ๙๐% โดยสภาพแวดล้อมของธุรกิจค้าปลีกในญี่ปุ่นในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องจากอัตราการเกิดที่ลดลง เป็นสังคมผู้สูงอายุ ครอบครัวยุคน้อยลง ทำให้ต้องเผชิญกับท้าทายด้านแรงงาน รวมถึงเทคโนโลยีในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ทำให้ 7-Eleven ต้องปรับตัวเพื่อดำเนินธุรกิจไปสู่ความยั่งยืน โดยให้ความสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกกลุ่ม

ในด้านการพัฒนาความยั่งยืน 7-Eleven ในประเทศญี่ปุ่นได้นำเป้าหมายการพัฒนาความยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) มาใช้ในธุรกิจ เพื่อให้บริษัทและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตระหนักและดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม นโยบายหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนคือการสร้างความผูกพันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของบริษัท (Stakeholder Engagement) ซึ่งประกอบด้วยลูกค้า นักลงทุน ผู้ถือหุ้น เจ้าของร้านแฟรนไชส์ SMEs ท้องถิ่น/ชุมชน และพนักงาน โดย

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ SMEs และระดับรากหญ้า คือ การส่งเสริมและสนับสนุน SMEs และระดับรากหญ้า ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนในด้านต่างๆ ซึ่งลักษณะการส่งเสริมนี้ 7-Eleven ในแต่ละประเทศจะดำเนินการต่างกัน ถึงแม้ว่าจะอยู่ภายใต้แบรนด์/ลิขสิทธิ์เดียวกันก็ตาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

๑. 7-Eleven เป็นช่องทางการขายและกระจายสินค้า รวมถึงเป็นช่องทางการโปรโมทสินค้าให้กับ SMEs ในเนื่องจากมีจำนวนสาขามากกว่า ๒๐,๐๐๐ สาขา ที่ครอบคลุม ๔๗ เขตการปกครองทั่วประเทศญี่ปุ่น ทำให้สินค้าของ SMEs สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ครบทุกระดับและทุกกลุ่ม

๒. 7-Eleven เป็นเสมือนห้องทดลองทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพให้กับ SMEs ได้ใช้สำหรับการทดสอบการตอบรับสินค้าของแบรนด์ต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่ม SME ที่ไม่มีต้นทุนมากพอที่จะไปจ้างบริษัทมาทำวิจัยอย่างจริงจัง การได้วางขายผ่านร้าน 7-Eleven จึงเป็นหนึ่งแนวทางในการรับทราบผลตอบรับที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าของตัวเองได้ในมิติที่กว้างขึ้น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าให้เติบโตต่อไปได้

๓. 7-Eleven ทำงานร่วมกันกับ SMEs ทั้งในเรื่องของการพัฒนาสินค้าและบริการ การปรับปรุงคุณภาพสินค้า การตรวจสอบคุณภาพสินค้า การดูแลมาตรฐานการผลิต รวมถึงแนะนำการวางแผนการตลาดช่วย SMEs ด้วยทีมงานของ 7-Eleven ที่มีความเชี่ยวชาญ เช่น หน่วยงาน Merchandise การตลาด จัดซื้อ เป็นต้น

๔. 7-Eleven มีการแบ่งปันข้อมูลลูกค้า เช่น ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ข้อมูลสินค้า ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทั้งในแง่ของการพัฒนาตลาดและผลิตภัณฑ์ รวมถึง Best Practice ต่างๆ จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้ SMEs สามารถนำข้อมูลดังกล่าว ไปพัฒนาสินค้าของตนเองให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและได้รับการยอมรับ

๕. 7-Eleven ช่วยให้แบรนด์สินค้าของธุรกิจ SMEs ได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักในระดับประเทศ รวมถึงการหาตลาดสินค้าใหม่หรือการนำสินค้าไปขายในต่างประเทศ โดยการแนะนำสินค้าให้กับเครือข่ายทางธุรกิจในประเทศ ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้ SMEs นำสินค้าเข้าสู่ตลาดใหม่ ขยายโอกาสทางธุรกิจและทำให้ SMEs เติบโตและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น

๖. 7-Eleven สนับสนุน SMEsให้นำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ในระบบการทำงาน เพื่อให้กลุ่ม SMEs เกิดการเรียนรู้และสร้างความคุ้นเคย เพื่อเชื่อมโยงไปสู่การสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับธุรกิจตัวเองได้ ทั้งในแง่ของการใช้เพิ่มช่องทางการขายให้กว้างขึ้น รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการสร้างแบรนด์ ที่ไม่ได้จำกัดตลาดอยู่แค่ในประเทศญี่ปุ่น แต่ต้องพยายามมองหาโอกาสที่ช่วยให้สามารถเติบโตได้ในระดับโลกได้อีกด้วย

๗. 7-Eleven มีการสร้างความสนิทสนมคุ้นเคยและปฏิบัติต่อ SMEs เสมือนครอบครัว โดยการพบปะเยี่ยมเยียนอย่างไม่เป็นทางการกับ SMEs เพื่อให้ SMEs เกิดความไว้วางใจและเชื่อใจ

๘. 7-Eleven สนับสนุน SMEs ให้ดำเนินธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) โดยมีการกำหนดมาตรฐานในการตรวจสอบโรงงานที่ใช้ผลิตสินค้าของ SMEs โดยคุณในเรื่องของสิทธิมนุษยชน สังคม และสิ่งแวดล้อมร่วมด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ SMEs ดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

๙. 7-Eleven ส่งเสริมให้ SMEs สร้างความร่วมมือกับระดับรากหญ้า เช่น เกษตรกร ซึ่งเป็นต้นทางของแหล่งวัตถุดิบที่ SMEs จะนำมาใช้ผลิต เพื่อทำให้เกิดการสร้างงานและกระจายได้ไปสู่ระดับรากหญ้า

๑๐. 7-Eleven ส่งเสริมให้ระดับรากหญ้า เช่น เกษตรกร พัฒนาศักยภาพของตนเอง ถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อให้ระดับรากหญ้าพัฒนาสินค้าเกษตรของตนเองให้สามารถนำมาวางขายในร้าน 7-Eleven ได้

๑๑. 7-Eleven ส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน เช่น กิจกรรมทางการศึกษา เด็ก ผู้สูงอายุ และคนพิการ รวมถึงการร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในการร่วมมือกันช่วยแก้ปัญหาทางสังคม

๑๒. 7-Eleven จัดหาสินค้าและบริการต่างๆ ที่ตรงกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน เช่น สินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ เพราะเนื่องจากสังคมในประเทศญี่ปุ่นในปัจจุบันเป็นสังคมผู้สูงอายุ

๔. ประเทศเกาหลีใต้

๔.๑ ภาครัฐ เกาหลีใต้เป็นหนึ่งในประเทศที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของธุรกิจ SMEs และ Startups โดยตัวอย่างโครงการและนโยบายส่งเสริม SMEs ในประเทศเกาหลีใต้ เช่น

๔.๑.๑ การสนับสนุนทางการเงินเพื่อการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี R&D สำหรับ SMEs เนื่องด้วยความสามารถทางเทคโนโลยีถือเป็นหัวใจสำคัญในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่ SMEs ดังนั้น กระทรวง SMEs และ Startups จึงได้กำหนดให้การสนับสนุนนวัตกรรมและเทคโนโลยีของ SMEs ให้เป็นหนึ่งในนโยบายหลัก และจัดให้มีโครงการความช่วยเหลือที่หลากหลาย เช่น

๔.๑.๑.๑ The SMEs Technological Innovation Programme โครงการสนับสนุนค่าใช้จ่ายของ R&D เพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่และผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาในทางปฏิบัติ และผลักดันให้สินค้าหรือบริการที่พัฒนาขึ้นสามารถซื้อขายได้ภายใน ๓ ปี

๔.๑.๑.๒ Purchase-Guaranteed New Product Development Programme โครงการสนับสนุน SMEs ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการรูปแบบใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรภาครัฐหรือบริษัทขนาดใหญ่ โดยการพัฒนาสินค้าและบริการเหล่านี้จะได้รับการประกันคำสั่งซื้อและมีการสนับสนุนทางการเงินจากกระทรวง SMEs และ Startups ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ทั้งในแง่การลดต้นทุนการพัฒนา รวมถึงช่วยกระตุ้นการพัฒนานวัตกรรมในผลิตภัณฑ์

๔.๑.๑.๓ Biz-Start-ups โครงการกระตุ้นให้เกิดกิจกรรมใหม่ ๆ ทางเศรษฐกิจ โดยประกอบด้วยการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ ทั้งในมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่าง ๆ การมีหลักสูตรสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ (Start-Up Course) เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่ต้องการเป็นเจ้าของกิจการ และการมีชมรมผู้ประกอบการ (Entrepreneur Club) เพื่อเป็นการขยายขอบเขตของมาตรการสร้าง ธุรกิจใหม่ ด้วยการใช้เครือข่ายเดียวกันทั้งสาม โครงการ คือ การร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยต่าง ๆ ทำให้โอกาสในการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการใหม่และธุรกิจใหม่มีจำนวน และประสิทธิผลมากขึ้น

๔.๑.๒ นโยบายควบคุมการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม (Fair Distribution of Results) เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันให้มีความเท่าเทียม (Level-playing Field) รัฐบาลเกาหลีใต้มีแนวทางการดำเนินนโยบายที่สร้างความเชื่อใจและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างธุรกิจขนาดเล็กและบริษัทขนาดใหญ่ โดยภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทรัพยากร ทักษะ ความรู้ และเทคโนโลยี อันจะเป็นประโยชน์ให้แก่ทั้ง 2 ฝ่าย (Win-win Cooperation) เช่น การให้สิทธิพิเศษทางภาษีแก่บริษัทขนาดใหญ่ที่นำ SMEs เข้าเป็นส่วนหนึ่งของ Supply Chain หรือให้การสนับสนุนทางการเงินแก่บริษัทขนาดใหญ่ที่มีการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะให้แก่ SMEs เป็นต้น

๔.๒ ภาคเอกชน การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนของ SMEs และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

๔.๒.๑ กรณีศึกษาธุรกิจ E-mart ในประเทศเกาหลีใต้

E-mart เป็นร้านค้าปลีกสมัยใหม่หมายเลข ๑ ของประเทศเกาหลีใต้ มีรูปแบบเป็นทั้งไฮเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อ แต่เนื่องจากพฤติกรรมของคนเกาหลีใต้ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์เป็นหลัก E-mart จึงได้ปรับโครงสร้างธุรกิจด้วยการปิดสาขาที่ให้บริการจำนวน ๑๔๑ สาขาในปี ๒๕๖๒ เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงาน นอกจากนี้ ยังขยายโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งสำหรับบริษัทเพื่อดำเนินธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ โดยเปิด SSG.com เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไปโดยหันมาใช้บริการ E-commerce มากขึ้น และผสมผสานจุดแข็งจากการมีทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ สร้างประสบการณ์การช้อปปิ้งที่ไร้รอยต่อ นับว่าเป็นเรื่องที่ดี

เพราะสุดท้ายก็มีทั้งกลุ่มคนที่ซื้อของออฟไลน์และออนไลน์ รวมทั้งการเปิดคลังสินค้า pick-and-packaging เป็นการหยิบสินค้าและนำไปบรรจุหีบห่อและจำหน่ายข้อมูลผู้ซื้อ และบริการจัดส่งสินค้า เป็นการวางระบบห่วงโซ่อุปทาน เพื่อบริหารจัดการสินค้าได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ตอบโจทย์ลูกค้า E-commerce ที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น (Han-na and Ha-yeon, 2018)

นอกจากนี้ E-mart ยังได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ซึ่งเป็นคู่ค้าหลักและระดับรากหญ้า ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนในด้านต่างๆ ดังนี้

๑. มีช่องทางการขายและกระจายสินค้าให้กับ SMEs ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ทุกกลุ่ม รวมถึงการช่วยโปรโมทสินค้าให้กับ SMEs ทั้งในประเทศเกาหลีใต้และในต่างประเทศ

๒. E-mart จะเป็นพี่เลี้ยงและทำงานร่วมกับ SMEs อย่างใกล้ชิด ตั้งแต่การพัฒนาคุณภาพของสินค้า การดูแลมาตรฐานการผลิต และการวางแผนการตลาดช่วย SMEs โดยส่งทีมวิจัยการตลาดเข้าไปให้บริการให้คำปรึกษาหรือแบ่งปันข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับ SMEs เพื่อให้สินค้าได้รับการยอมรับจากลูกค้า

๓. ส่งเสริม SMEs ในการพัฒนาสินค้าที่เป็นนวัตกรรมใหม่ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด โดยการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาช่วย

๔. ส่งเสริม SMEs ในการนำสินค้าไปขายในต่างประเทศ โดยการหาตลาดใหม่ๆ ให้ ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้ SMEs นำสินค้าเข้าสู่ตลาดใหม่ ขยายโอกาสทางธุรกิจและทำให้ SMEs เติบโตและเป็นที่รู้จักมากขึ้น

๕. มีการจัดประกวดและให้รางวัลแก่ SMEs ที่มีการพัฒนาสินค้าที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ ทำให้ SMEs เกิดความภาคภูมิใจและเป็นที่รู้จักแก่คนในประเทศเกาหลีใต้มากขึ้น

๖. E-mart มีสินค้า No Brand ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ตั้งขึ้นโดย E-mart เอง โดยมีความตั้งใจที่จะนำสินค้าที่มีคุณภาพมาขายให้กับลูกค้าในราคาต่ำ เนื่องจากไม่ต้องเสียค่าแบรนด์ โดยสินค้า No Brand ดังกล่าวเป็นการส่งเสริมให้ SMEs หรือชุมชน (ระดับรากหญ้า) ได้พัฒนาสินค้าเพื่อนำมาขายใน E-mart ทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

๔.๒.๒ กรณีศึกษาธุรกิจร้าน 7-Eleven ในประเทศเกาหลีใต้

7-Eleven เป็นร้านสะดวกซื้อแห่งแรกในเกาหลีใต้ เปิดตัวครั้งแรกในปี ๑๙๘๙ ที่ Olympic Apartment shopping center Seoul หลังจากนั้นในปี ๑๙๙๔ บริษัท ลีออตได้ซื้อ 7-Eleven และต่อมาได้ควบรวมร้าน Lawson เข้าเป็นส่วนหนึ่งของร้าน และล่าสุดคือการควบรวมร้าน Buy The Way เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของ 7-Eleven โดยปัจจุบันมีสาขาทั่วเกาหลีใต้ไม่ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ แห่ง

7-Eleven ในประเทศเกาหลีใต้ มีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุน SMEs และระดับรากหญ้า ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนในด้านต่างๆ ซึ่งลักษณะการส่งเสริมนี้ 7-Eleven ในแต่ละประเทศจะดำเนินการต่างกัน ถึงแม้ว่าจะอยู่ภายใต้แบรนด์/ลิขสิทธิ์เดียวกันก็ตาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

๑. 7-Eleven เป็นช่องทางการขายและกระจายสินค้าให้กับ SMEs ในประเทศเกาหลีใต้และในต่างประเทศ รวมถึงการช่วยโปรโมทสินค้าของ SMEs

๒. 7-Eleven ทำงานร่วมกันกับ SMEs ทั้งในเรื่องของการพัฒนาสินค้า การตรวจสอบคุณภาพสินค้า การดูแลมาตรฐานการผลิต รวมถึงแนะนำการวางแผนการตลาดช่วย SMEs และการแบ่งปันข้อมูลลูกค้า เพื่อให้ SMEs สามารถพัฒนาสินค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และได้รับการยอมรับ

๓. 7-Eleven ช่วย SMEs ในการหาตลาดสินค้าใหม่หรือการนำสินค้าไปขายในต่างประเทศ โดยการแนะนำสินค้าให้กับเครือข่ายทางธุรกิจในประเทศและจัดหาพื้นที่แสดงสินค้าในต่างประเทศ ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้ SMEs นำสินค้าเข้าสู่ตลาดใหม่ ขยายโอกาสทางธุรกิจ และทำให้ SMEs เติบโตและเป็นที่รู้จักมากขึ้น

๔. 7-Eleven สนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของเกษตรกรในท้องถิ่นด้วยประสบการณ์ของ 7-Eleven ดังเช่น การร่วมมือกับกระทรวงเกษตรของประเทศเกาหลีใต้ เพื่อซื้อสินค้าแบบเต็มรูปแบบ (Full-Spec Purchase System) ซึ่งเป็นการซื้อผลิตภัณฑ์ทั้งหมดจากเกษตรกรโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อจะถูกแบ่งออกเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคและวัตถุดิบตามคุณภาพ รวมถึงการส่งเสริมในเรื่องการแปรรูปพืชผลผ่านการอบรม นอกจากนี้ยังมีการจัดงานเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและทางทะเลที่มีคุณภาพสูง เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในชนบทของเกาหลีใต้

๕. ประเทศไทย

๕.๑ ภาครัฐ ได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ของประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๘๐ เพื่อยกระดับการพัฒนาประเทศไว้ว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยเป้าหมายการพัฒนาประเทศประการหนึ่งที่สำคัญ คือ “การพัฒนาความยั่งยืน” และเพื่อให้ประเทศไทยบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาความยั่งยืนดังกล่าว ภาครัฐได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศระยะยาว ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) เพื่อมุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในรูปแบบ “ประชารัฐ” โดยยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประกอบไปด้วย ๓ ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้าง

ความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม และยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ไปสู่การปฏิบัตินั้นดังกล่าว ได้อาศัยกลไกเชื่อมโยงสู่การขับเคลื่อนการพัฒนา ผ่านแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) โดยในแต่ละยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๒ ได้กำหนดประเด็นการพัฒนาพร้อมทั้งแผนงาน/โครงการสำคัญที่ต้องดำเนินการให้เห็นผลเป็นรูปธรรม เพื่อเตรียมความพร้อมคน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม ขณะเดียวกันยังได้กำหนดแนวคิดและกลไกการขับเคลื่อนและติดตามประเมินผลที่ชัดเจน เพื่อกำกับให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีทิศทางและเกิดประสิทธิภาพ นำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทย

สำหรับการส่งเสริม SMEs ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ จะมุ่งเน้นให้ SMEs สามารถอยู่รอดและเติบโตได้อย่างแข็งแกร่ง ภายใต้บริบทการแข่งขันทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว SMEs ไทยจะต้องมีความรู้ มีทักษะในการประกอบธุรกิจ สามารถสรรสร้างสินค้า/บริการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีมูลค่าสูง แข่งขันได้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดโลก เพื่อให้ SME ไทยก้าวขึ้นเป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศได้อย่างแท้จริง ซึ่งเป้าหมายหลักของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ บนพื้นฐานของยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี คือ การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย ๔.๐ ตลอดจนประเด็นการปฏิรูปประเทศ นอกจากนั้นได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนทั้งในระดับกลุ่มอาชีพ ระดับภาค และระดับประเทศในทุกขั้นตอนของแผนฯ อย่างกว้างขวางและต่อเนื่องเพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศ

ยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการศึกษาในครั้งนี้ “การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสัยทัศน์ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า” ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประกอบไปด้วย ๓ ยุทธศาสตร์หลัก ดังนี้

๑. ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน
เศรษฐกิจไทยขยายตัวต่ำกว่าศักยภาพอย่างต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี ทั้งจากผลกระทบของเศรษฐกิจโลกซบเซาและข้อจำกัดภายในประเทศเองที่เป็นอุปสรรคต่อการเพิ่มผลิตภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งฐานเศรษฐกิจภายในประเทศขยายตัวช้า

การพัฒนา ๕ ปีต่อจากนี้ไป จึงเน้นให้เศรษฐกิจเติบโตได้ตามศักยภาพและมีเสถียรภาพ ภาคส่งออกมีการพัฒนาจนสามารถขยายตัวและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน

เศรษฐกิจไทย ผลิตภาพการผลิตของประเทศเพิ่มขึ้น การลงทุนภาครัฐและเอกชนมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องและมาจากความร่วมมือกันมากขึ้น ประชาชนและผู้ประกอบการเข้าสู่ระบบภาษีมากขึ้น และประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจสูงขึ้น นอกจากนี้ ยังเน้นให้เศรษฐกิจรายสาขามีการเติบโตอย่างเข้มแข็ง ภาคการเกษตรเน้นเกษตรกรรมยั่งยืนและให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น มีการพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมนิเวศ การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้และแข่งขันได้มากขึ้น ภาคการเงินมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น รวมถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจมากขึ้น

โดยยุทธศาสตร์นี้มีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ ประกอบด้วย (๑) การบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวม ทั้งในด้านการคลัง อาทิ เพิ่มประสิทธิภาพการจัดแผนงานโครงการ การจัดสรรงบประมาณ การบริหาร และการตรวจสอบกระบวนการงบประมาณ และด้านการเงิน อาทิ เพิ่มประสิทธิภาพของระบบการเงินและสถาบันการเงินทั้งในตลาดเงินและตลาดทุนให้สามารถสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจ และ (๒) การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้าการลงทุน เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ โดยยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเข้าสู่ระบบมาตรฐาน ต่อยอดความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพปัจจุบันเพื่อยกระดับไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง วางอนาคตรากฐานการพัฒนาอุตสาหกรรม เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมและอำนวยความสะดวกด้านการค้าการลงทุน

๒. ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม การพัฒนาในช่วงที่ผ่านมาทำให้สังคมไทยก้าวหน้าไปหลายด้าน แต่การแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำและสร้างความเป็นธรรมในสังคมไทยมีความคืบหน้าช้า ทั้งเรื่องความแตกต่างของรายได้ระหว่างกลุ่มประชากร ความแตกต่างของคุณภาพการบริการภาครัฐ รวมทั้งข้อจำกัดในการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมและเทคโนโลยีของกลุ่มผู้ด้อยโอกาสและกลุ่มที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ดังนั้น การพัฒนาในระยะต่อไป จึงจำเป็นต้องมุ่งลดปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจสังคมที่แตกต่างกัน แก้ไขปัญหาความยากจน เพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการพื้นฐานทางสังคมของภาครัฐ รวมทั้งเพิ่มศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง เพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเองและได้รับส่วนแบ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น

แนวทางการพัฒนาสำคัญ ประกอบด้วย (๑) การเพิ่มโอกาสให้กับกลุ่มเป้าหมายประชากรร้อยละ ๔๐ ที่มีรายได้ต่ำสุดสามารถเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพของรัฐและมีอาชีพ อาทิ ขยายโอกาสการเข้าถึงการศึกษาที่มีคุณภาพให้แก่เด็กและเยาวชนที่ด้อยโอกาสทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

โดยให้การดูแลนักเรียนที่ครอบครัวตั้งแต่การสร้างรายได้ของครัวเรือน สนับสนุนค่าเดินทางไปยังสถานศึกษา ให้ทุนการศึกษาต่อระดับสูง (๒) การกระจายการให้บริการภาครัฐทั้งด้านการศึกษา สาธารณสุข และสวัสดิการที่มีคุณภาพให้ครอบคลุมและทั่วถึง อาทิ บริหารจัดการการให้บริการสาธารณสุขที่มีคุณภาพให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ผ่านการพัฒนาระบบส่งต่อผู้ป่วยทั้งในระดับจังหวัด ภาค และระดับประเทศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และ (๓) **เสริมสร้างศักยภาพชุมชน การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการสร้างความเข้มแข็งการเงินฐานรากตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้** มีสิทธิในการจัดการทุนที่ดินและทรัพยากรภายในชุมชน อาทิ สนับสนุนการให้ความรู้ในการบริหารจัดการทางการเงินแก่ชุมชนและครัวเรือน การป้องกันคุ้มครองการเงินของชุมชนให้ทำหน้าที่เป็นสถาบันการเงินในระดับหมู่บ้าน/ตำบลที่ทำหน้าที่ทั้งการให้กู้ยืมและการออม และจัดตั้งโครงข่ายการเงินฐานรากโดยมีธนาคารออมสินและธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์เป็นแม่ข่าย

๓. ยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
ปัจจุบันสภาพทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกำลังเป็นจุดอ่อนสำคัญต่อการรักษาฐานการผลิตและการให้บริการ รวมทั้งการดำรงชีวิตของคนไทย ซึ่งปัญหาดังกล่าวเกิดจากการลดลงของพื้นที่ป่าไม้ ทรัพยากรดินเสื่อมโทรม ความหลากหลายทางชีวภาพถูกคุกคาม ความเสี่ยงในการขาดแคลนทรัพยากรน้ำในอนาคต ปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มสูงขึ้นตามการขยายตัวของเศรษฐกิจและชุมชนเมือง การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและภัยพิบัติทางธรรมชาติมีความผันผวนและรุนแรงมากขึ้น และข้อตกลงระหว่างประเทศเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศทวีความเข้มข้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อแนวทางการพัฒนาประเทศในอนาคต

ดังนั้น การพัฒนาในระยะต่อไปจึงมุ่งเน้นการรักษาและฟื้นฟูฐานทรัพยากรธรรมชาติ การสร้างความมั่นคงด้านน้ำ และการบริหารจัดการทรัพยากรน้ำให้มีประสิทธิภาพ การสร้างคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ลดมลพิษ และลดผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน และระบบนิเวศ การเพิ่มประสิทธิภาพการลดก๊าซเรือนกระจกและขีดความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการเพื่อลดความเสี่ยงจากภัยพิบัติ และลดความสูญเสียในชีวิตและทรัพย์สินที่เกิดจากสาธารณภัย

เพื่อให้การพัฒนา SMEs สอดคล้องและเป็นไปตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ภาครัฐจึงได้มีการจัดตั้ง สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) โดยจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.๒๕๔๓ มีสถานะเป็นหน่วยงานของรัฐ สสว. มีวิสัยทัศน์ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) คือ “เป็นผู้ชี้้นำในการขับเคลื่อนและเพิ่มศักยภาพ MICRO และ SMEs สู่อุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน” และมีพันธกิจในการส่งเสริม SMEs ๓ ประการ ดังนี้

๑. พัฒนาระบบนิเวศที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ SMEs โดยการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจของ SME ให้อยู่ในรูปแบบที่ช่วยสนับสนุนการเติบโตของ SME ไม่ว่าจะเป็นการมีหน่วยงานให้บริการความช่วยเหลือที่ครบถ้วน ข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก การติดต่อกับภาครัฐมีขั้นตอนที่ชัดเจนและรวดเร็ว การมีสิทธิประโยชน์ที่เหมาะสม กฎหมาย กฎระเบียบ ไม่เป็นอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ หากได้รับการปรับปรุงพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม จะช่วย SMEs ให้สามารถเริ่มต้นธุรกิจและเติบโตได้มากขึ้น

๒. ยกระดับขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจของ SMEs ให้มีประสิทธิภาพพร้อมเข้าสู่การแข่งขันอย่างมืออาชีพ โดยการให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน SMEs ในด้านต่างๆ ทั้งการให้ความรู้ คำปรึกษาแนะนำ การสนับสนุนเงินทุน เพื่อสร้างและพัฒนา SME ให้มีความรู้ที่เพียงพอในการประกอบธุรกิจ มีทักษะการบริหารจัดการธุรกิจที่ดี รู้จักการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีความรู้และเข้าใจการทำธุรกิจที่ทันสมัยระดับโลก เพื่อให้ SME สามารถแข่งขันได้กับธุรกิจในระดับสากลในบริบทที่ระบบเศรษฐกิจโลกมีความเชื่อมโยงและแข่งขันกันมากขึ้น

๓. เพิ่มศักยภาพด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SMEs เพื่อสร้างมูลค่า ตอบโจทย์อนาคตประเทศไทย การพัฒนาระดับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมของ SMEs ให้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้กับ SMEs โดยให้ความสำคัญกับทั้งการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่จะสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมให้มีประสิทธิภาพและการให้ความช่วยเหลือ SMEs ในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมของตนเองให้ประสบความสำเร็จ โดยมุ่งให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างมีคุณค่าและคุณภาพระดับโลก และจากการยกระดับกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานที่สูงขึ้น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้ประเทศไทยได้อย่างยั่งยืนมากขึ้น และเป็นจุดเริ่มต้นในการก้าวสู่การเป็น ประเทศที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม สสว. ได้กำหนดเป้าหมายสูงสุดของแผนส่งเสริม SMEs ในระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) ไว้คือ “การเพิ่มสัดส่วน SMEs GDP ต่อ GDP รวมของประเทศ ให้สูงขึ้นเป็นร้อยละ ๕๐ ภายในปี ๒๕๖๔ ซึ่งจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อ SME เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้มากขึ้น ลงทุนเพิ่มขึ้น และแข่งขันทั้งในและต่างประเทศได้สูงขึ้น” ในการที่จะบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่วางไว้ตามแผนการส่งเสริม SME ในระยะ ๕ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔) สสว. จึงได้กำหนดแนวทางดำเนินงานไว้ ๓ ยุทธศาสตร์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ ๑. ส่งเสริมและพัฒนา SMEs รายประเด็น เป็นการส่งเสริมและพัฒนา SME ในแต่ละประเด็นที่มีความสำคัญต่อการเติบโตและขีดความสามารถของ SMEs ทั้งในส่วนการพัฒนา SME ให้มีทักษะความสามารถเพิ่มมากขึ้น และส่วนที่เป็นการพัฒนาระบบนิเวศหรือ

ปัจจัยแวดล้อมที่ช่วยสนับสนุนให้ SMEs เติบโตและเข้มแข็งได้ ประกอบด้วย ๔ กลยุทธ์ ดังนี้ ๑. ยกระดับเทคโนโลยี นวัตกรรม และผลิตภาพ ๒. ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ๓. ส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและการเข้าสู่สากล และ ๔. พัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการ

ยุทธศาสตร์ที่ ๒. เสริมสร้างขีดความสามารถ SMEs เฉพาะกลุ่ม เป็นการส่งเสริมและพัฒนา SMEs เฉพาะกลุ่ม ซึ่งจะมีสถานการณ์ ปัจจัยแวดล้อม สภาพปัญหาและความต้องการการช่วยเหลือที่แตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องกำหนดแนวทางการส่งเสริมและการพัฒนาเฉพาะ (Tailor-Made) สำหรับแต่ละกลุ่ม ประกอบด้วย ๓ กลยุทธ์ ดังนี้ ๑. สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High Value Startup) ๒. ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SME ๓. พัฒนาวิสาหกิจฐานรากให้เข้มแข็ง

ยุทธศาสตร์ที่ ๓. พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริม SMEs อย่างเป็นระบบ เป็นการพัฒนาระบบสนับสนุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อช่วยให้การส่งเสริมและพัฒนา SME เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากขึ้น ประกอบด้วย ๒ กลยุทธ์ ดังนี้ ๑. พัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SMEs ให้มีประสิทธิภาพ ๒. ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SMEs

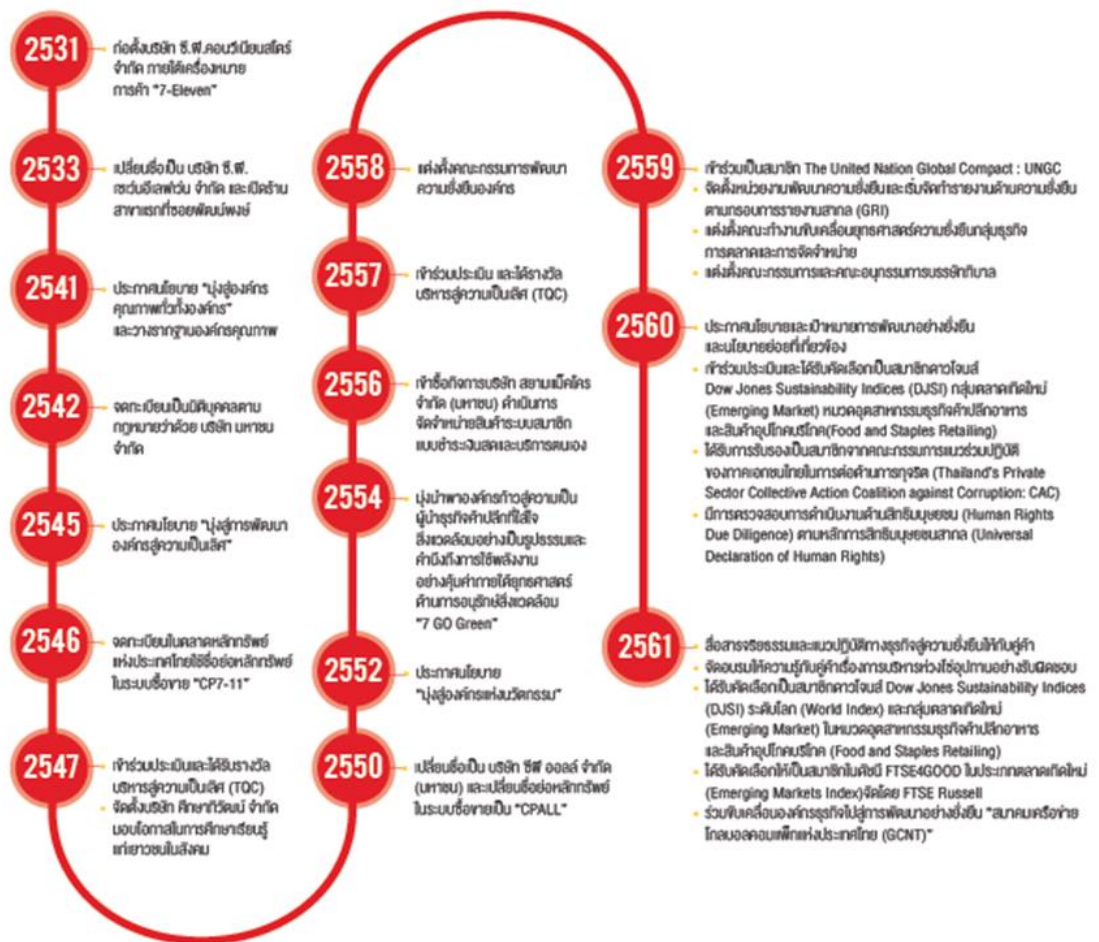
๕.๒ ภาคเอกชน การพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืนของ SMEs และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

ผลการวิจัยในส่วนนี้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล (In-depth Interview) จำนวนทั้งสิ้น ๒๐ ราย ซึ่งประกอบด้วย ๒ กลุ่ม ได้แก่ ๑. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ได้รับรางวัลจากการประกวด “เซเว่น อีเลฟเว่น เอสเอ็มอีไทยยั่งยืน” ประจำปี ๒๕๕๙-๒๕๖๑ ที่บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้จัดการประกวด ซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและทราบข้อมูลเกี่ยวกับนโยบาย กลยุทธ์ และกิจกรรมต่างๆ ของบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน จำนวน ๑๖ ราย และ ๒. ระดับรากหญ้า ได้แก่ เกษตรกร ช่างนา ช่างสวน ช่างไร่ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานทางธุรกิจและได้รับการสนับสนุนจาก 7-Eleven จำนวน ๔ ราย โดยผลการวิจัยดังกล่าว จะเป็นการนำเสนอแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ **ซึ่งเป็นกรณีศึกษาธุรกิจร้าน 7-Eleven ในประเทศไทยเท่านั้น** เนื่องจากมีความโดดเด่นในส่วนของการเป็นผู้ให้บริการความสะดวกแก่ลูกค้าในทุกชุมชนผ่านช่องทางส่งมอบสินค้าและบริการที่หลากหลาย รวมถึงเป็นสะพานเชื่อมต่อห่วงโซ่อุปทานทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รายละเอียดผลการวิจัย มีดังนี้

๕.๒.๑ กรณีศึกษาธุรกิจร้าน 7-Eleven ในประเทศไทย

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นผู้บริหารแฟรนไชส์เซเว่นอีเลฟเว่นในประเทศไทย จากการลงนามในสัญญาซื้อสิทธิ์ประกอบกิจการ เมื่อวันที่ ๗ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๑๒ เป็นการซื้อลิขสิทธิ์มาจากประเทศญี่ปุ่น ตลอดระยะเวลา ๓๑ ปี บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) และบริษัทย่อย (“บริษัท”) มุ่งมั่นในการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง เพื่อความสะดวกและความ เป็นอยู่ที่ดีขึ้นของชุมชน สังคม แต่อย่างก้าวของความสำเร็จ ซีพี ออลล์ คำนึงถึงการพัฒนาองค์กรสู่ ความเป็นเลิศ และการพัฒนาที่ยั่งยืนตลอดเวลา โดยมีเคล็ดลับสำคัญ คือ จิตใจที่มุ่งมั่นและการลงมือ ทำอย่างต่อเนื่องเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ สังคม และองค์กร ดังแผนภาพที่ ๔-๑ เส้นทางสู่การ พัฒนาอย่างยั่งยืน

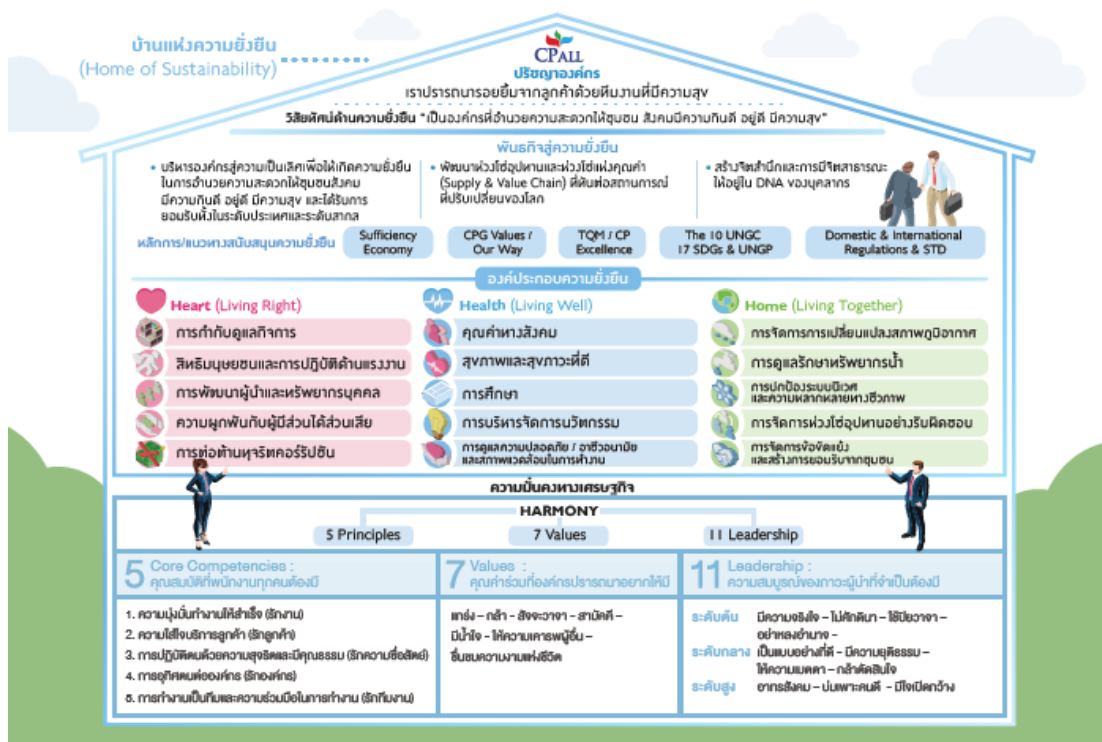
แผนภาพที่ ๔-๑ เส้นทางสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



ที่มา : รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน), ๒๕๖๑ : ๙

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) มีการกำหนดกรอบการพัฒนาประเด็นทางด้านความยั่งยืนครอบคลุมด้านการกำกับดูแล การดูแลทรัพยากรบุคคล การรักษาสีงแวดล้อม การพัฒนานวัตกรรมด้านสินค้า บริการ และประสิทธิภาพ การดำเนินงาน รวมถึงการเพิ่มคุณค่าทางสังคม สร้างการยอมรับของชุมชน และได้ดำเนินกิจกรรมต่อเนื่องทั้งการกำหนดนโยบาย และแผนกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมและปรับปรุงการดำเนินงาน ให้บรรลุเป้าหมายของการเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยบริษัทฯ ได้ประกาศนโยบายกรอบการพัฒนาและเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาตั้งแต่ปี ๒๕๖๐ โดยดำเนินงานภายใต้กรอบการทำงาน ๓ เสาหลัก คือ มุ่งมั่นทำธุรกิจด้วยใจที่เป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ (Heart) มุ่งมั่นสร้างสังคมที่ยั่งยืน มีคุณภาพชีวิตที่ดี (Health) และมุ่งมั่นเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Home) บนรากฐานของวัฒนธรรมองค์กร “ผสมผสานเหมือน ผสานส่วนต่าง สร้างความกลมเกลียวจุดคนตรีวงเดียวกัน (Harmony) เพราะบริษัทเชื่อว่าวัฒนธรรมองค์กรคือ พลังชีวิต” ที่ทำให้องค์กรเข้มแข็งและเติบโตอย่างยั่งยืน ทำให้บุคลากรที่มีความหลากหลายสามารถทำงานร่วมกัน ด้วยการยอมรับความต่าง หล่อหลอมพลังกาย พลังความคิด ทักษะ และความสามารถ มุ่งสู่เป้าหมายเดียวกัน เพื่อบรรลุเป้าหมายด้านความยั่งยืนในระยะยาวของบริษัท ดังแผนภาพที่ ๔-๒

แผนภาพที่ ๔-๒ บ้านแห่งความยั่งยืนของ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)



ที่มา : รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน), ๒๕๖๑ : ๑๓

รางวัลด้านความยั่งยืนที่ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้รับ ดังเช่น ๑. ได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในกลุ่มดัชนีความยั่งยืนดาวโจนส์ (Dow Jones Sustainability Indices หรือ DJSI) ในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ (DJSI Emerging Markets) ต่อเนื่องเป็นปีที่ ๒ และได้รับการจัดอันดับให้เป็นบริษัทชั้นนำด้านองค์กรความยั่งยืนอันดับ ๑ ระดับโลก (DJSI World) เป็นปีแรก ในหมวดอุตสาหกรรมธุรกิจค้าปลีกอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค (Food & Staples Retailing) ประจำปี ๒๕๖๑ นับเป็นบริษัทไทยเพียงแห่งเดียวที่ผ่านการคัดเลือกในหมวดอุตสาหกรรมนี้ ๒. บริษัทได้รับคัดเลือกให้เข้าเป็นสมาชิกในดัชนี Thailand Sustainability Investment (THSI) คัดเลือกโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในปี ๒๕๖๑ ซึ่งพิจารณาจากผลการดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ๓. บริษัทได้รับคัดเลือกให้เป็นสมาชิกในดัชนี FTSE4GOOD ในประเภทตลาดเกิดใหม่ (Emerging Markets Index) จัดโดย FTSE Russell โดยมีการพิจารณาด้านการกำกับดูแลกิจการของที่ดี สังคม และสิ่งแวดล้อม ๔. ได้รับการจัดอันดับอยู่ใน ๑๐๐ บริษัทจดทะเบียนที่มีการดำเนินงานโดดเด่นด้านความยั่งยืนซึ่งแบ่งได้เป็น ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในปี ๒๕๖๑ โดยสถาบันไทยพัฒนา ซึ่งเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นงานด้านการส่งเสริมความยั่งยืนของกิจการที่ได้รับการรับรอง และเป็นพาร์ทเนอร์ กับองค์การแห่งความริเริ่มว่าด้วยการรายงานสากล (Global Reporting Initiative: GRI)

7-Eleven เป็นร้านสะดวกซื้อที่อยู่ภายใต้การบริหารงานของบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) เป็นธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านสะดวกซื้อที่ครบวงจร มีสินค้าสดใหม่ที่หลากหลาย อาหารพร้อมรับประทาน เครื่องดื่มมากมาย ในปี ๒๕๖๒ ร้าน 7-Eleven มีจำนวนสาขาทั่วประเทศรวม ๑๑,๗๑๒ สาขา แบ่ง ๓ กลุ่มได้แก่ ร้านสาขาบริษัท ๕,๒๑๕ สาขา ร้านสาขาประเภทร่วมลงทุน (Store Business partner) ๕,๖๘๗ สาขา และร้านค้าที่ได้รับสิทธิช่วงอาณาเขต (Sub Area) ๘๑๐ สาขา (รายงานผลดำเนินงานประจำปี บริษัท ซีพีออลล์ จำกัด (มหาชน), ๒๕๖๒)

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า เกี่ยวกับบทบาทของ 7-Eleven ประเทศไทย ในการส่งเสริมและสนับสนุน SMEs และระดับรากหญ้า ในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันและความยั่งยืน พบว่า 7-Eleven ประเทศไทย มีการส่งเสริมและสนับสนุนในด้านต่างๆ ซึ่งลักษณะการส่งเสริมนี้ 7-Eleven ในแต่ละประเทศจะดำเนินการต่างกัน ถึงแม้ว่าจะอยู่ภายใต้แบรนด์/ลิขสิทธิ์เดียวกันก็ตาม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

๑. 7-Eleven เป็นช่องทางการขายและกระจายสินค้า รวมถึงเป็นช่องทางโปรโมทสินค้าให้กับ SMEs ในเนื่องจากมีจำนวนสาขามากกว่า ๑๐,๐๐๐ สาขา ที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ทำให้สินค้าของ SMEs เป็นที่รู้จัก สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ครบทุกระดับและทุกกลุ่ม ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ ดังนี้

เจ้าของผลิตภัณฑ์ขนมไทย บ้านทองหยอด กล่าวว่า ได้รับโอกาสนำขนมไทยบรรจุกล่อง ภายในกล่องประกอบด้วยขนม ๓ ชนิด ได้แก่ ทองหยอด ฝอยทอง และเม็ดยอดมาจำหน่ายที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่นในพื้นที่ภาคใต้เป็นครั้งแรกก่อน ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภค กระทั่งปัจจุบันสินค้าดังกล่าวจำหน่ายที่ร้านเซเว่นฯ ทั่วประเทศ...

เจ้าของผลิตภัณฑ์ น้ำพริกป่าแวน กล่าวว่า ร้านเซเว่นฯ เป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าให้กับ SME ส่งสินค้าตรงถึงมือผู้บริโภค...

๒. 7-Eleven เป็นเสมือนห้องทดลองทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพให้กับ SMEs ได้ใช้สำหรับการทดสอบการตอบรับสินค้าของแบรนด์ต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่ม SME ที่ไม่มีต้นทุนมากพอที่จะไปจ้างบริษัทมาทำวิจัยอย่างจริงจัง การได้วางขายผ่านร้าน 7-Eleven จึงเป็นหนึ่งในแนวทางในการรับทราบผลตอบรับที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าของตัวเองได้ในมิติที่กว้างขึ้น เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าให้เติบโตต่อไปได้ ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ ดังนี้

เจ้าของผลิตภัณฑ์ น้ำพริกป่าแวน กล่าวว่า ป่าใช้เวลาค่อนข้างนานเพราะไม่มีเงินทุน ซึ่งเซเว่น อีเลฟเว่น เขาก็ให้ความช่วยเหลือมาตลอด ใช้เวลาทั้งหมด ๒ ปีกับ ๓ เดือน ในปี ๒๕๕๕ จึงได้เข้าไปขายนั่นคือจุดเริ่มต้นในการสร้างรายได้มากมายให้กับธุรกิจน้ำพริก กระทั่งนำมาสู่การพัฒนาต่อยอดสินค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น ตอบสนองตามความต้องการของลูกค้า ด้วยการลองผิดลองถูก เป็นการนำเอาวัตถุดิบหลากหลาย มาสร้างสรรค์น้ำพริกให้มีความแตกต่างและคงความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า...

เจ้าของผลิตภัณฑ์ของเล่น “วี.อาร์.ทอยส์” กล่าวว่า ของเล่นของเราจำหน่ายทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ผ่านช่องทางทเวนตีไฟร์ ซุปเปอร์ และร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ทำให้เราทราบผลตอบรับที่ลูกค้ามีต่อสินค้าเรากว้างขวางขึ้น ทำให้เราได้ทราบข้อมูลเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าที่ครอบคลุม จนสินค้าเราเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากเด็กและเยาวชนอย่างแพร่หลาย ปัจจุบันมีสินค้ากว่า ๑,๒๐๐ รายการ อาทิ ของเล่นสำหรับกลุ่มเด็กผู้ชาย เด็กผู้หญิง Education toys และมีสินค้ารายการใหม่ๆ เข้ามาจำหน่ายอยู่เสมอ เพื่อรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของกลุ่มลูกค้า...

๓. 7-Eleven ทำงานร่วมกันกับ SMEs ทั้งในเรื่องของการพัฒนาสินค้าและบริการ การปรับปรุงคุณภาพสินค้า การตรวจสอบคุณภาพสินค้า การดูแลมาตรฐานการผลิต รวมถึงแนะนำการวางแผนการตลาดช่วย SMEs ด้วยทีมงานของ 7-Eleven ที่มีความเชี่ยวชาญ เช่น หน่วยงาน Merchandise การตลาด จัดซื้อ เป็นต้น ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ ดังนี้

เจ้าของผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป เสวย กล่าวว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปที่วันนี้โด่งดังเป็นที่รู้จัก มียอดจำหน่ายถึงปีละ ๕๐ ล้านบาท และผลิตสินค้าส่งได้ 20,000-25,000 ชิ้นต่อวัน เริ่มจากครอบครัวเกษตรกร เข้าที่ทำสวนผลไม้ ต่อมาคุณพ่อคุณแม่เริ่มคิดทำการแปรรูปมะกอก

จากที่ไม่มีความรู้เลย ลองผิดลองถูกจนได้ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับในเรื่องรสชาติที่มีเอกลักษณ์ จึงเริ่มขยายไปแปรรูปผลไม้ตามฤดูกาลชนิดอื่น แต่ก็ยังทำเป็นกิจการในครัวเรือน จนได้มีโอกาสนำเสนอสินค้าเพื่อเข้าไปจำหน่ายในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น ซึ่งมีเจ้าหน้าที่มาช่วยดูแลให้คำปรึกษา ช่วยเหลือในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต ตลอดจนบรรจุภัณฑ์ จึงสามารถขยายธุรกิจ ซื้อที่ดิน สร้างโรงงานเป็นของตัวเองได้...

เจ้าของผลิตภัณฑ์ขนมไทย บ้านทองหยอด กล่าวว่า การที่สินค้าได้รับความนิยมจากลูกค้าจำนวนมาก ส่วนหนึ่งเป็นเพราะมีทีมงานของเซเว่นฯ เข้ามาช่วยเหลือดูแลด้านมาตรฐานการผลิตให้ถูกหลักเกณฑ์ ถูกสุขลักษณะ และมีทีมงานตรวจคุณภาพสินค้า เข้ามาตรวจสอบและให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตอาหารให้ถูกสุขอนามัย ซึ่งส่งผลดีต่อผู้บริโภค ทำให้ได้รับอาหารที่มีคุณภาพ รวมถึงได้รับความรู้ด้านการตลาด การพัฒนาแพ็คเกจจิ้งให้สวยงาม รวมทั้งมีสื่อสำหรับจิมขนมเพิ่มความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการรับประทาน นอกจากนี้การเข้ามาเป็นคู่ค้ากับเซเว่นฯ ทำให้ผลิตภัณฑ์ขนมไทยบ้านทองหยอด เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้นอีกด้วย...

เจ้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์สมูทโตะ (SMOOTO) กล่าวว่า ซีพี ออลล์เองเป็นพี่เลี้ยง ชี้บอเราว่าลูกค้าคือใคร แนะนำเราทุกอย่าง เดือนหนึ่ง หนุนผลิตประมาณ ๔ ล้านซอง...

๔. 7-Eleven มีการแบ่งปันข้อมูลลูกค้า เช่น ผลการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้า ข้อมูลสินค้า ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทั้งในแง่ของการพัฒนาตลาดและผลิตภัณฑ์ รวมถึง Best Practice ต่างๆ จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้ SMEs สามารถนำข้อมูลดังกล่าว ไปพัฒนาสินค้าของตนเองให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและได้รับการยอมรับ ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ ดังนี้

เจ้าของผลิตภัณฑ์ น้ำพริกป่าแวน กล่าวว่า วันหนึ่งมีโอกาสแนะนำพริกมาขายในร้านเซเว่นฯ โดยมีทีมงานของเซเว่น อีเลฟเว่นคอยให้ความรู้เรื่องมาตรฐานต่างๆ เริ่มจากการพัฒนาโรงงานให้ได้มาตรฐาน รวมไปถึงเรื่องคุณภาพของสินค้า ให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จ และมาดูแลให้คำแนะนำเราทุกๆ 3 เดือน ทำให้สินค้าเราพัฒนาได้ตรงกับความต้องการลูกค้า... เจ้าของผลิตภัณฑ์ของเล่น “วี.อาร์.ทอยส์” กล่าวว่า มีทีมงานของ เซเว่นฯ เข้ามาช่วยเหลือดูแลด้านการทำการตลาด วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การพัฒนาออกแบบแพ็คเกจจิ้งให้สดใสสวยงาม ดึงดูดใจมีทีมงานตรวจคุณภาพสินค้า เข้ามาตรวจสอบและให้ความรู้อยู่เสมอจึงนำความรู้ที่ได้มาประยุกต์ใช้ที่โรงงานและเป็นต้นแบบในการบริหารจัดการด้านต่างๆ อีกด้วย ธุรกิจของเล่นเราช่วยสร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และยังพัฒนาทักษะการผลิตของเล่นให้แก่แรงงานไทยอีกด้วย...

เจ้าของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ สโนว์เกิร์ล กล่าวว่า พี่เริ่มจากการขายที่ตลาดนัดก่อน และก็ไปเช่าที่ขายนอกห้าง ไม่ประสบความสำเร็จแต่เราได้เรียนรู้ความต้องการของผู้บริโภค ลูกค้าพามา

คุยกับเราเรื่อยๆ แล้วชอบ เลยเอาไปเสนอเซเว่นฯ ไปขายในเล่มก่อน ที่เซเว่นแคตตาล็อก ตอนแรกขายไม่ได้ ๓๐๐ บาท แต่การทำงานร่วมกับเซเว่นฯ มีข้อดีคือ เขาจะมีข้อมูลเชิงลึกของผู้บริโภคให้เรา เวลาเราคุยกันเขาจะบอกเลยว่าเทรนด์สินค้าแบบไหนมาแรง ราคาที่ตัดสินใจอยู่ที่เท่าไหร่ แล้วสนใจสินค้ากลุ่มไหนเป็นพิเศษ ทำให้ผู้ประกอบการรู้ Insight ลึกลับของผู้ซื้อ อันนี้ทำให้ยอดขายเราก้าวกระโดดมากๆ...

๕. 7-Eleven ช่วยให้แบรนด์สินค้าของธุรกิจ SMEs ได้รับการยอมรับและเป็นที่รู้จักในระดับประเทศ รวมถึงการหาตลาดสินค้าใหม่หรือการนำสินค้าไปขายในต่างประเทศ โดยการแนะนำสินค้าให้กับเครือข่ายทางธุรกิจในประเทศ ซึ่งเป็นการสนับสนุนให้ SMEs นำสินค้าเข้าสู่ตลาดใหม่ ขยายโอกาสทางธุรกิจและทำให้ SMEs เติบโตและเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากขึ้น ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ ดังนี้

เจ้าของผลิตภัณฑ์ของเล่น “วี.อาร์.ทอยส์ กล่าวว่า ล่าสุดซูดอุปกรณ์ทำแป้งปั้นและ “D-no Block” ชุดตัวต่อได้รับ รางวัลเซเว่น อีเลฟเว่น เอสเอ็มอีไทยยั่งยืน ๒๕๖๑ ประเภท เอสเอ็มอียั่งยืน ซึ่งสร้างความภาคภูมิใจและยังเป็นกำลังใจให้ตนและทีมงานตั้งใจผลิตสินค้าที่มีคุณภาพต่อไปทำให้ปี ๒๕๖๑ มียอดขายผ่านช่องทางทเวนตีฟิฟ์ ซ้อปปีง และร้านเซเว่น อีเลฟเว่น จำนวน ๒๒๐ ล้านบาท โดยในอนาคตวางแผนจะพัฒนาของเล่นที่เน้นให้ผู้เล่นใช้ทักษะ ผู้ใหญ่สามารถเล่นได้ด้วย นอกจากนี้ยังส่งออกของเล่นไปกว่าสิบประเทศ อาทิ อิตาลี กรีซ และรัสเซีย เป็นต้น... เจ้าของผลิตภัณฑ์ “แม่แยมหมอนขิด กล่าวว่า เซเว่นฯ ช่วยสนับสนุนด้วยการเข้าไปร่วมพัฒนาสินค้า และต่อยอดในการขยายตัวไปยังช่องทางต่างๆ โดยจัดให้มี Store Hub เพื่อให้ฝากส่งสินค้าที่ร้านเซเว่น อีเลฟเว่นสาขาต่างๆ เป็นการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า รวมถึงผลักดัน SMEs อย่างเราไปสู่ตลาดเอเชีย ขายสินค้าให้ลูกค้าชาวจีนและลาว ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ SMEs ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน...

๖. 7-Eleven สนับสนุน SMEsให้นำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ในระบบการทำงาน เพื่อให้กลุ่ม SMEs เกิดการเรียนรู้และสร้างความคุ้นเคย เพื่อเชื่อมโยงไปสู่การสร้างโอกาสใหม่ๆ ให้กับธุรกิจตัวเองได้ รวมถึงส่งเสริมในด้านการพัฒนานวัตกรรมสินค้า เพื่อสร้างความแตกต่าง

เจ้าของผลิตภัณฑ์มะม่วงแช่อิ่ม วรพร กล่าวว่า เบื้องหลังของความสำเร็จมาจากคน ๓ กลุ่ม ซึ่งเป็นความยั่งยืนจากต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ได้แก่ วัตถุประสงค์จากเกษตรกรที่ทำสวนมะม่วงในฉะเชิงเทรา เพราะเป็นมะม่วงส่งออกคุณภาพดี และที่บริษัทเราจะเป็นเหมือนกลางน้ำ ซึ่งรับซื้อวัตถุประสงค์จากเกษตรกรแล้วมาแปรรูป ปัจจุบันเราซื้อมะม่วงจากเกษตรกรประมาณ ๕,๐๐๐ ตัน เมื่อผลิตสินค้าได้ เราจะส่งไปให้กับเซเว่นฯ ซึ่งเป็นตลาดปลายน้ำ เซเว่นฯ มาช่วยส่งเสริมให้เรานำเทคโนโลยีมาช่วยการผลิต ตั้งแต่เป็นไถ ไร่ เป็นถัง และปัจจุบันมาเป็นแท่งค้ดองมะม่วง จากเอามือกดขึ้น ปัจจุบันมาเป็นเครื่องอัตโนมัติ...

เจ้าของผลิตภัณฑ์ขนมหวาน วุ้นมะพร้าวแม่ละมาย กล่าวว่า แบรินด์ของเราอยู่กับเซเว่นฯ มานานกว่า ๒๐ ปี ปัจจุบันยอดการผลิตสินค้าของเรา ๔๐,๐๐๐ ถ้วย ต่อวัน กระจายทั่วประเทศไทย เราสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า โดยที่วุ้นมะพร้าวของเราเอาธัญพืชและผลไม้มาใส่ สินค้ากลุ่มแม่ละมายจะมาจากการแปรรูปทางการเกษตรทั้งหมด ที่เอามะพร้าว เม็ดแมงลัก ลำไย มากส่งแรงงานใกล้ๆ ก็ได้มีโอกาสมาทำงานกับเรา...

๗. 7-Eleven มีการสร้างความสนิทสนมคุ้นเคยและปฏิบัติต่อ SMEs เสมือนครอบครัว โดยการพบปะเยี่ยมเยียนอย่างไม่เป็นทางการกับ SMEs เพื่อให้ SMEs เกิดความไว้วางใจและเชื่อใจ ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ ดังนี้

เจ้าของผลิตภัณฑ์ของเล่น “วี.อาร์.ทอยส์” กล่าวว่า ทีมงานของ เซเว่นฯ เข้ามาช่วยเหลือดูแลด้านการทำการตลาดและให้ความรู้กับเราอยู่เสมอ จนเราสนิทสนมคุ้นเคยกันเหมือนครอบครัว... เจ้าของผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป เสวย กล่าวว่า ธุรกิจเราเติบโตมากับเซเว่นฯ เหมือนครอบครัวเดียวกัน เซเว่นฯ เข้ามาช่วยดูแลตั้งแต่เริ่มต้น สอนตั้งแต่เรื่องทำเอกสาร ดูสินค้า จนวางขายสินค้า... เจ้าของผลิตภัณฑ์หนูเล็ก เบญจรงค์ กล่าวว่า พี่หนูเล็กพยายามจะขยายช่องทางจัดจำหน่ายผ่านออนไลน์หลายครั้ง แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จ จนกระทั่งมีทีมงาน เข้ามาช่วยเหลือนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในช่องทางออนไลน์ ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีนับตั้งแต่นั้นมาก็เห็นความตั้งใจจริง เขาเอาความหวังดีมาให้ ทีมงานตั้งใจมาก มากันที่ 5-6 คน ยอมเหนื่อยให้เราเลย เราก็ดีใจ แล้วพอลงภาพสินค้าบนเว็บไซต์ปั๊บ รุ่งขึ้นมีคนสั่งซื้อเลย มันเหลือเชื่อจริงๆ เดิมเราคิดว่าขายได้แต่กับคนในกรุงเทพฯ แต่ปรากฏว่าที่สกลนครก็มี จันทบุรีก็มี มันน่าปลื้มมากกว่าเราเป็นชาวบ้านธรรมดา เราได้โอกาสมีตลาดเพิ่มขึ้น...

๘. มีการจัดประกวดโครงการ “เซเว่น อีเลฟเว่น เอสเอ็มอีไทยยั่งยืน” และให้รางวัลแก่ SMEs ที่มีการพัฒนาสินค้าที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ ทำให้ SMEs เกิดความภาคภูมิใจและเป็นที่รู้จักแก่คนในประเทศมากขึ้น

๙. 7-Eleven สนับสนุน SMEs และรากหญ้าให้ดำเนินธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) โดยมีการกำหนดมาตรฐานในการตรวจสอบโรงงานที่ใช้ผลิตสินค้าของ SMEs โดยดูในเรื่องของสิทธิมนุษยชน สังคม และสิ่งแวดล้อมร่วมด้วย ซึ่งจะส่งผลให้ SMEs ดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ ดังนี้

เจ้าของผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป เสวย กล่าวว่า ตอนที่โรงงานเรายังมีทุนไม่เยอะ เซเว่นฯ ก็แนะนำว่าทำอะไร แค่ไหนถึงเหมาะสมและไม่สร้างผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมรอบๆ โรงงาน เช่น แยกพื้นที่โซนเปียก โซนแห้ง การกำจัดขยะ ของเสียต่างๆ ทุกวันนี้เรามีคนงานประมาณ 50 คนเป็นคนในพื้นที่ทั้งหมด มีทุกวัย เราต้องใช้แรงงานคนเพราะงานบางอย่าง เช่น การปอก การหั่น เราต้องรักษามาตรฐาน และความสวยงามไว้ ส่วนเรื่องเศรษฐกิจและสังคม โรงงานเรารับซื้อ

วัตถุดิบจากเกษตรกรทั่วไป อย่างมะกอกนอกจากจะมาจากหลายจังหวัดในภาคเหนือแล้ว ในสุพรรณบุรีก็มีชาวบ้านปลูกกันตามบ้านตามคันทนา มีเท่าไรจากที่ไหนเรารับหมด แต่ถ้าเป็น มะม่วงมีในพื้นที่ อ.ดอนเจดีย์ อ.ศรีประจันต์ มีเยอะมาก ปีหนึ่งๆ เราช่วยรับซื้อมะกอกจากพี่น้องเกษตรกรประมาณ 500 ตัน มะม่วงก็ราวๆ 1,000 ตัน...

เกษตรกร สหกรณ์การเกษตรท่ายาง เพชรบุรี ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทอง กล่าวว่า เมื่อก่อนเป็น พนักงานโรงแรม รู้สึกอึดอัด เลยลาออกมาเป็นเกษตรกร ได้มีโอกาสสร้างรายได้ที่ยั่งยืน โดยปลูกกล้วยหอมส่งขายใน เซเว่นๆ ที่ส่งตรงจากสวนถึงมือผู้บริโภค เราเน้นการปลูกที่ปลอดภัย สารเคมี เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประทานกล้วยที่มีมาตรฐาน ปลอดภัยที่สุด...

๑๐. 7-Eleven ส่งเสริมให้ SMEs สร้างความร่วมมือกับระดับรากหญ้า เช่น เกษตรกร ซึ่งเป็นต้นทางของแหล่งวัตถุดิบที่ SMEs จะนำมาใช้ผลิต เพื่อทำให้เกิดการสร้างงานและกระจายได้ไปสู่ระดับรากหญ้า ดังตัวอย่างผลการสัมภาษณ์ ดังนี้

เจ้าของผลิตภัณฑ์มะม่วงแช่อิ่ม วรพร กล่าวว่า เบื้องหลังของความสำเร็จมาจากคน ๓ กลุ่ม ซึ่งเป็นความยั่งยืนจากต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ได้แก่ วัตถุดิบจากเกษตรกรที่ทำสวนมะม่วงใน ฉะเชิงเทรา เพราะเป็นมะม่วงส่งออกคุณภาพดี และที่บริษัทเราจะเป็นเหมือนกลางน้ำ ซึ่งรับซื้อวัตถุดิบจากเกษตรกรแล้วมาแปรรูป ปัจจุบันเราซื้อมะม่วงจากเกษตรกรประมาณ ๕,๐๐๐ ตัน เมื่อผลิตสินค้าได้ เราจะส่งไปให้กับเซเว่นๆ ซึ่งเป็นตลาดปลายน้ำ เซเว่นมาช่วยส่งเสริมให้เรานำเทคโนโลยีมาช่วยการผลิต ตั้งแต่เป็นไถ โอง เป็นถัง และปัจจุบันมาเป็นแท่งคดองมะม่วง จากเอามือกดขึ้น ปัจจุบันมาเป็นเครื่องอัตโนมัติ ธุรกิจเราช่วยเหลือเกษตรกรไปด้วยในตัว เมื่อเกษตรกรอยู่ได้ โรงงานอยู่ได้ ปลายน้ำก็พึ่งพาอาศัยกัน แล้วมันมั่นคง มันอยู่กันยาวๆ...

เจ้าของผลิตภัณฑ์ขนมหวาน วุ้นมะพร้าวแม่ละมาย กล่าวว่า แบรินด์ของเราอยู่กับเซเว่นๆ มานานกว่า ๒๐ ปี ปัจจุบันยอดการผลิตสินค้าของเรา ๔๐,๐๐๐ ถ้วย ต่อวัน กระจายทั่วประเทศไทย เซเว่นๆ สนับสนุนเราให้สร้างความแตกต่างในตัวสินค้า โดยที่วุ้นมะพร้าวของเราเอาธัญพืชและผลไม้มาใส่ โดยสินค้ากลุ่มแม่ละมายจะมาจากการแปรรูปทางการเกษตรทั้งหมด ทำให้เราได้ช่วยเกษตรกรก่อนหลายจังหวัดไปด้วย รับซื้อมะพร้าว เม็ดแมงลัก ลำไย มากส่ง แรงงานใกล้ๆ ก็ได้มีโอกาสมาทำงานกับเรา...

เจ้าของผลิตภัณฑ์สลัดผักและผลไม้พร้อมรับประทาน ตรา Oh! Veggies (โอ้! เวจจี) กล่าวว่า บริษัท พลังผัก รับซื้อผลิตผลทางการเกษตรจากเกษตรกรทั่วประเทศ ทั้งผักสลัดที่เป็น ผักออร์แกนิก ปลูกจากดิน ไม่ใช้สารเคมี และผลไม้ อาทิ มะม่วง และ ฝรั่ง สำหรับผักสลัด ออร์แกนิกมีการวางแผนร่วมกับเกษตรกร ในการผลิตและรับซื้อผลผลิตให้สัมพันธ์กับความต้องการโดยไม่มีผลผลิตเหลือทิ้ง และการกำหนดราคา ร่วมกับเกษตรกรล่วงหน้า ทำให้เกษตรกรมีความมั่นคงด้านรายได้ ในขณะที่บริษัทฯ สามารถลดความเสี่ยงจากการผันผวนของราคาสินค้า

เกษตร ตลอดจนการจัดหาวัตถุดิบ มะม่วงและฝรั่ง จากเกษตรกรจากพื้นที่ต่างๆ ทั่วทุกภูมิภาค ในปริมาณที่แน่นอน นับว่าเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ที่มั่นคงให้กับเกษตรกร และเป็นการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภาคการเกษตรให้เติบโตมากยิ่งขึ้น...

๑๑. 7-Eleven ส่งเสริมให้ระดับรากหญ้า เช่น เกษตรกร พัฒนาศักยภาพของตนเอง ถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อให้ระดับรากหญ้าพัฒนาสินค้าเกษตรของตนเองให้สามารถนำมาวางขายในร้าน 7-Eleven ได้ ดังเช่น โครงการ “เชิดชูชาวนาผู้ปลูกข้าว ผู้ปลูกความเป็นไทย” ที่จัดขึ้นเพื่อเชิดชูและยกย่องชาวนาผู้ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความมั่นคงและยั่งยืนของสังคมในทุกด้าน โดยโครงการนี้ ซีพี ออลล์ ได้รับความร่วมมือจาก 2 องค์กร ได้แก่ โรงเรียนชาวนาพุทธเศรษฐศาสตร์ ไร่เชิญตะวัน จ.เชียงใหม่ ที่จะร่วมกันพัฒนาทักษะและองค์ความรู้เพื่อส่งเสริมให้ชาวนามีความเชื่อมั่น และทัศนคติที่ดีที่สามารถสร้างผลผลิตที่มีคุณภาพ รวมถึงการแปรรูปและกระจายผลผลิตอย่างสอดคล้องกับความต้องการตรงตามวิถีของผู้คนในสังคมและเพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้กับชาวนาคณะอื่นๆ ในอนาคต และร่วมกับ สมาคมไต้หวัน จังหวัดมหาสารคาม เตรียมจัดการอบรมให้ความรู้ด้านการผลิตข้าวอินทรีย์, การบริหารจัดการทรัพยากรด้านการตลาด, การสร้างแบรนด์, การส่งเสริมชุมชนต้นแบบเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและองค์กรร่วมโดยมีชาวนาเป็นศูนย์กลางและส่งเสริมเครือข่ายชาวนาอื่นๆ ในจังหวัด เพื่อให้สังคมมีความรู้และเห็นคุณค่าของการผลิตและความหลากหลายของข้าวไทย ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ถึงบทบาทที่ 7-Eleven เข้าไปช่วยส่งเสริมระดับราก ดังนี้

ประธานกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรลำสินธุ์ ผลิตภัณฑ์กล้วยไข่กรอบแก้วเมืองลุง กล่าวว่า เริ่มจากสวนยาง ที่ร่องยาง เราก็จะปลูกกล้วยแซมทุกสวน กล้วยสมัยนั้น กิโลกรัมละ ๓ บาท ทำอย่างไรจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบของชุมชน เลยหันมาพัฒนากล้วยไข่กรอบดีกว่า และทำส่งให้กับเซเว่นฯ เขาจะมี QC มาตรวจ และแนะนำว่าต้องปรับปรุงตรงไหน ทำให้ได้มาตรฐานการผลิตที่แน่นอน นอกจากทำให้ชุมชนมีรายได้แล้ว ไม่ต้องย้ายไปทำงานที่ต่างจังหวัด ได้มีเวลาอยู่กับครอบครัว และยังทำให้เกษตรกรภูมิใจ รวมถึงยังมีเจ้าอื่นๆ มาสั่งซื้อไปด้วย...

เกษตรกร สหกรณ์การเกษตรท่ายาง เพชรบุรี ผลิตภัณฑ์กล้วยหอมทอง กล่าวว่า เซเว่นฯ เข้ามาช่วยสนับสนุนทุกอย่างตั้งแต่เริ่มต้นพัฒนาสินค้าเกษตร บรรจุภัณฑ์ การควบคุมคุณภาพต่างๆ และการตลาด จนปัจจุบันสามารถนำไปวางขายในร้าน 7-Eleven ได้ ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้ากลุ่มการเกษตรของเราและยังทำให้เกิดการสร้างงานและรายได้กับเกษตรกรในพื้นที่อีกด้วย...

กลุ่มสตรีชนมหวานพื้นเมืองแม่สมาน เพชรบุรี ผลิตภัณฑ์ข้าวแต่น้ำแดงโม ขนผิง ลูกอมกะทิ ภายใต้แบรนด์เพชรบ้านแจ่ม กล่าวว่า เซเว่นฯ ให้คำปรึกษาทุกอย่าง ทุกขั้นตอนจริงๆ เพราะป่าไม่มีความรู้เลย ความรู้น้อยก็ได้ทีมงานคอยช่วยเหลือมาตลอด ตั้งแต่เรื่องการผลิตภัณฑ์วางจำหน่าย ซึ่งเซเว่นฯ แนะนำให้ป่าทำข้าวแต่น้ำแดงโม เนื่องจากเพชรบุรีมีน้ำตาลโตนดที่ขึ้นชื่อและเป็นสินค้าที่สามารถเก็บรักษาได้นาน จึงไปหาที่เรียนและพัฒนากลับมา ทำให้สินค้า

ได้รับการตอบรับอย่างดีทั้งจากลูกค้าในและต่างประเทศ ที่สามารถซื้อไปเป็นของขวัญสำหรับ
นักท่องเที่ยว และปัจจุบันได้ตลาดไปสู่สินค้าฮาลาล ส่งออก ณ ประเทศมาเลเซียด้วย...

๑๒. 7-Eleven ส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน เช่น
กิจกรรมทางด้านการศึกษา เด็ก ผู้สูงอายุ และคนพิการ รวมถึงการร่วมมือกับองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐ
และเอกชนในการร่วมมือกันช่วยแก้ปัญหาทางสังคม

๑๓. 7-Eleven จัดหาสินค้าและบริการต่างๆ ที่ตรงกับวิถีชีวิตของคนใน
ชุมชน เช่น สินค้าสุขภาพ สินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ

๑๔. 7-Eleven เล็งเห็นถึงความสำคัญของเกษตรกรไทยและความยั่งยืน
ของภาคการเกษตร จึงได้จัดทำเว็บไซต์ “ปลูกฝัน ปันโอกาส” เพื่อเป็นช่องทางในการส่งต่อเรื่องราว
ของเกษตรกรและผู้ประกอบการรายย่อย ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างผ่านการเล่าเรื่องของอินฟลูเอนเซอร์

การส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
(SMEs) ในด้านต่างๆ โดย 7-Eleven ประเทศไทย ดังกล่าวข้างต้น ส่งผลให้ SMEs มีผลประกอบการ
ที่ดีขึ้น ดังจะให้เห็นได้จากรายได้และกำไรสุทธิ ประจำปี ๒๕๖๐-๒๕๖๒ ของบริษัทที่ยกมาเป็น
ตัวอย่างเช่น ๑.บริษัท ผลไม้แปรรูปพรพร จำกัด มีรายได้และกำไรสุทธิปี ๒๕๖๒ ล่าสุด เปลี่ยนแปลง
ร้อยละ ๒๒.๑๘ และ ๗๑.๗๑ ตามลำดับ ๒.บริษัท โกลบอล แมคคินิคัล (ประเทศไทย) จำกัด มีรายได้
และกำไรสุทธิปี ๒๕๖๒ ล่าสุด เปลี่ยนแปลงร้อยละ ๒๓.๕๔ และ ๕๑.๒๓ ตามลำดับ และ ๓.ห้าง
หุ้นส่วนจำกัด แม่ละมาย มีรายได้และกำไรสุทธิปี ๒๕๖๒ ล่าสุด เปลี่ยนแปลงร้อยละ ๑๓.๙๐ และ
๒๘.๘๘ ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ ๔.๓

นอกจากนี้ยังทำให้คุณภาพชีวิตของคนที่มีความสัมพันธ์กับธุรกิจ ตั้งแต่
พนักงานในโรงงานจนถึงเกษตรกรดีขึ้น รวมทั้งช่วยให้เกิดการจ้างงานจากคนในชุมชน การรับ
พนักงานสูงอายุเข้าทำงาน และการช่วยเหลือเกษตรกรชุมชนด้วยการรับซื้อวัตถุดิบทางการเกษตร
ทำให้ชุมชนมีช่องทางในการขาย เป็นการส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชนและเกษตรกรให้มีอาชีพ รายได้ที่
ดีขึ้น นับเป็นความสำเร็จของการขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน

ตารางที่ ๔-๓ รายได้รวมและกำไรสุทธิของ SMEs ที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนในด้านต่างๆ
จาก 7-Eleven ประเทศไทย

บริษัท	๒๕๖๐		๒๕๖๑		๒๕๖๒	
	จำนวนเงิน (บาท)	% เปลี่ยน แปลง	จำนวนเงิน (บาท)	% เปลี่ยน แปลง	จำนวนเงิน (บาท)	% เปลี่ยน แปลง
๑. ห้างหุ้นส่วนจำกัด สุริรัตน์ (น้ำพริกป่าแวน)						
รายได้รวม	๑๗,๒๘๙,๓๔๕	๕๔.๓๙	๖๒,๖๖๒,๖๔๗	๒๖๒.๔๓	๘๗,๗๗๒,๒๗๔	๔๐.๐๗

บริษัท	๒๕๖๐		๒๕๖๑		๒๕๖๒	
	จำนวนเงิน (บาท)	% เปลี่ยน แปลง	จำนวนเงิน (บาท)	% เปลี่ยน แปลง	จำนวนเงิน (บาท)	% เปลี่ยน แปลง
กำไรสุทธิ	๑,๐๓๘,๓๖๓	๑๑๔.๕๒	๓๐๗,๙๔๖	- ๗๐.๓๔	๓๘๐,๕๑๒	๒๓.๕๖
๒. บริษัท ผลไม้แปรรูปวพร จำกัด (ผลิตภัณฑ์มะม่วงแช่แข็ง วพร)						
รายได้รวม	๙๕,๘๓๙,๐๓๐	๑.๑๐	๑๐๔,๘๙๑,๓๐๕	๙.๔๔	๑๒๘,๑๕๘,๔๘๒	๒๒.๑๘
กำไรสุทธิ	๓,๗๒๕,๐๖๒	๑.๘๒	๕,๑๕๗,๒๘๒	๓๘.๔๔	๘,๘๕๖,๐๔๕	๗๑.๗๑
๓. บริษัท โกลบอล แมตติคัล (ประเทศไทย) จำกัด (ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์สมูทโตะ)						
รายได้รวม	๓๕๐,๙๙๑,๗๗๒	๑๗๑.๘๙	๔๑๗,๕๕๖,๓๑๒	๑๘.๙๖	๕๑๕,๘๘๗,๒๖๓	๒๓.๕๔
กำไรสุทธิ	๑๔,๓๒๓,๔๕๖	๑๓๗.๔๑	๑๙,๙๐๕,๐๐๐	๓๘.๙๖	๓๐,๑๐๓,๖๕๒	๕๑.๒๓
๔. ห้างหุ้นส่วนจำกัด แม่ละมาย (ผลิตภัณฑ์ขนมหวาน วุ้นมะพร้าวแม่ละมาย)						
รายได้รวม	๖๐,๔๘๓,๙๐๔	๒๙.๔๗	๗๓,๐๙๗,๙๘๑	๒๐.๘๕	๘๓,๒๕๙,๗๑๘	๑๓.๙๐
กำไรสุทธิ	๑,๑๕๙,๗๔๖	๕๑.๓๖	๑,๓๖๖,๑๓๑	๑๗.๗๙	๑,๗๖๐,๗๑๖	๒๘.๘๘

ที่มา : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, ๒๕๖๐-๒๕๖๒

จากการศึกษาแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ กรณีศึกษาผ่านประเทศสหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เปรียบเทียบกับประเทศไทย จำนวน ๕ ประเทศ พบว่า ภาครัฐในแต่ละประเทศต่างให้ความสำคัญกับ SMEs โดยออกมาตรการสนับสนุนต่างๆ โดยผ่านหน่วยงานที่มีหน้าที่กำกับ ดูแล และสนับสนุน SMEs โดยเฉพาะ ขณะที่ภาคเอกชน โดยช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ มีแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ SMEs และระดับรากหญ้า ดังนี้

แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ประกอบด้วย ๖ ด้าน คือ

๑. สนับสนุนด้านช่องทางการขายและประชาสัมพันธ์ โดยค้าปลีกสมัยใหม่เป็นช่องทางการขายและกระจายสินค้าให้กับ SMEs ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ช่วยให้แบรนด์สินค้าเป็นที่รู้จักและเติบโตมาเป็น Mass product รวมถึงช่วยในการหาตลาดสินค้าใหม่หรือการนำสินค้าไปขายในต่างประเทศ

๒. สนับสนุนด้านผลิตภัณฑ์ โดยค้าปลีกสมัยใหม่จะเป็น เป็นเหมือนห้องทดลองสินค้า เพื่อทดสอบรับของผู้บริโภคและช่วยพัฒนาและปรับปรุงสินค้าให้ได้มาตรฐาน ดูแลมาตรฐานการผลิต และวางแผนการตลาด

๓. สนับสนุนด้านองค์ความรู้และข้อมูล โดยค้าปลีกสมัยใหม่สนับสนุนข้อมูลของผู้บริโภค ให้ SMEs ไปใช้วางแผนและวิเคราะห์ตลาดและถ่ายทอดองค์ความรู้ และแชร์ประสบการณ์

ผ่าน Best Practice จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเกิดเป็นไอเดีย หรือแรงบันดาลใจ ในการนำไปพัฒนาต่อยอดธุรกิจของตัวเองอย่างต่อเนื่อง

๔. สนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยค้ำปพลิเคชันใหม่สนับสนุน SMEs ให้นำ เทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ในกระบวนการทำงาน และส่งเสริมการพัฒนาสินค้าที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงการจัดประกวดและให้รางวัลแก่ SMEs ที่มีการพัฒนาสินค้าที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ

๕. สนับสนุนด้านการสร้างความสัมพันธ์ โดยค้ำปพลิเคชันใหม่การสร้างความคุ้นเคย เสมือนครอบครัว โดยการพบปะเยี่ยมเยียนอย่างไม่เป็นทางการ

๖. สนับสนุนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยค้ำปพลิเคชันใหม่ สนับสนุน SMEs ให้ดำเนินธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดมาตรฐานในการ ตรวจสอบ

แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

๑. สนับสนุนด้านผลิตภัณฑ์ โดยค้ำปพลิเคชันใหม่ส่งเสริมให้ SMEs หรือชุมชน (ระดับ รากหญ้า) ได้พัฒนาสินค้ามาขายในร้าน

๒. สนับสนุนด้านองค์ความรู้และข้อมูล โดยค้ำปพลิเคชันใหม่ส่งเสริมให้ระดับรากหญ้าพัฒนา ศักยภาพของตนเอง โดยการอบรมและให้ความรู้ เพื่อยกระดับสินค้าให้สามารถวางขายในร้านค้าปลีกได้

๓. สนับสนุนด้านการสร้างความร่วมมือ โดยค้ำปพลิเคชันใหม่ส่งเสริมให้ SMEs สร้าง ความร่วมมือกับระดับรากหญ้าซึ่งเป็นต้นทางของแหล่งวัตถุดิบที่ SMEs จะนำมาใช้ผลิต เพื่อทำให้เกิด การสร้างงานและกระจายได้ไปสู่ระดับรากหญ้า และส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา ชุมชน และร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนช่วยแก้ปัญหาทางสังคม

รายละเอียดดังสรุปในตารางที่ ๔-๔

ตารางที่ ๔-๔ สรุปแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ SME และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ กรณีศึกษาในต่างประเทศ และประเทศไทย

แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่		สหรัฐอเมริกา	จีน		ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้		ไทย
		Walmart	Alibaba	7-Eleven	7-Eleven	7-Eleven	E-mart	7-Eleven
แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ SMEs								
ด้านช่องทางการขายและ ประชาสัมพันธ์	1. เป็นช่องทางการขาย/กระจายสินค้า	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	2. ช่วยให้สินค้าของ SMEs เป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับ	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	3. ส่งเสริม SMEs ในการนำสินค้าไป ขายในต่างประเทศ โดยการหาตลาด ใหม่ๆ ให้					✓	✓	✓
ด้านผลิตภัณฑ์	4. เป็นเสมือนห้องทดลองสินค้า เพื่อดู ผลตอบรับของผู้บริโภค	✓	✓	✓	✓	✓		✓
	5. ช่วยพัฒนาและปรับปรุงสินค้าให้ได้ มาตรฐาน ดูแลมาตรฐานการผลิต และ วางแผนการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านองค์ความรู้ และข้อมูล	6. สนับสนุนข้อมูลของผู้บริโภคให้ SME ไปใช้วางแผนและวิเคราะห์ตลาด		✓	✓	✓			✓

ตารางที่ ๔-๔ สรุปแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ SME และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ กรณีศึกษาในต่างประเทศ และประเทศไทย (ต่อ)

แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่		สหรัฐอเมริกา	จีน		ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้		ไทย
		Walmart	Alibaba	7-Eleven	7-Eleven	7-Eleven	E-mart	7-Eleven
แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ SMEs								
ด้านองค์ความรู้ และข้อมูล	7. ถ่ายทอดองค์ความรู้ และแชร์ ประสบการณ์ผ่าน Best Practice		✓	✓	✓			✓
ด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม	8. สนับสนุน SMEs ให้นำเทคโนโลยี ต่างๆ มาใช้ในกระบวนการทำงาน		✓	✓	✓			✓
ด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม	9. ส่งเสริม SMEs พัฒนาสินค้าที่เป็น นวัตกรรมใหม่ๆ					✓	✓	✓
	10. จัดประกวดและให้รางวัลแก่ SMEs ที่มีการพัฒนาสินค้าที่เป็น นวัตกรรมใหม่ๆ						✓	✓
ด้านการสร้าง ความสัมพันธ์	11. สร้างความคุ้นเคยเสมือน ครอบครัว โดยการพบปะ/เยี่ยมเยียน อย่างไม่เป็นทางการ				✓			✓

ตารางที่ ๔-๔ สรุปแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน SME และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ กรณีศึกษาในต่างประเทศ และประเทศไทย (ต่อ)

แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่		สหรัฐอเมริกา	จีน		ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้		ไทย
		Walmart	Alibaba	7-Eleven	7-Eleven	7-Eleven	E-mart	7-Eleven
แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน SMEs								
ด้านความ รับผิดชอบต่อ สังคมและ สิ่งแวดล้อม	12. สนับสนุน SMEs ให้ดำเนินธุรกิจ โดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดย กำหนดมาตรฐานในการตรวจสอบ	✓			✓			✓
แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ระดับรากหญ้า								
ด้านผลิตภัณฑ์	13. ส่งเสริมให้ SMEs หรือชุมชน (ระดับรากหญ้า) ได้พัฒนาสินค้ามา ขายในร้าน		✓	✓	✓	✓	✓	✓
ด้านองค์ความรู้ และข้อมูล	14. ส่งเสริมให้ระดับรากหญ้าพัฒนา ศักยภาพของตนเอง โดยการอบรม และให้ความรู้		✓	✓	✓	✓		✓

ตารางที่ ๔-๔ สรุปแนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ SME และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ กรณีศึกษาในต่างประเทศ และประเทศไทย (ต่อ)

แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่		สหรัฐอเมริกา	จีน		ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้		ไทย
		Walmart	Alibaba	7-Eleven	7-Eleven	7-Eleven	E-mart	7-Eleven
แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ ระดับรากหญ้า								
ด้านการสร้าง ความร่วมมือ	15. ส่งเสริมให้ SMEs สร้างความ ร่วมมือกับรากหญ้า			✓	✓			✓
	16. ส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการ พัฒนาชุมชน และร่วมมือกับภาครัฐและ เอกชนช่วยแก้ปัญหาสังคม				✓		✓	✓

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสัยทัศน์ขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

จากการวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสัยทัศน์ขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ ไทย พบปัญหาสำคัญมากที่สุดที่ SMEs ต้องเผชิญทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แต่เป็นปัญหาที่ภาครัฐและช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามามีส่วนช่วยในการแก้ปัญหา/พัฒนาน้อย ผู้วิจัยจึงได้สรุปข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบาย ดังนี้

๑. **มิติด้านเศรษฐกิจ** ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจของ SMEs ในประเทศไทย คือ “ปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบ” ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบาย ดังนี้

นโยบายส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสร้างและพัฒนาปัจจัยที่เอื้อให้ SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งทุน และสนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ SME สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑.๑ **รับรองสถานะและศักยภาพของ SMEs** เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งสินเชื่อ โดยส่งเสริมให้มีระบบการประเมินศักยภาพทางการเงินของ SME เพื่อช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาการพิจารณาของสถาบันการเงิน โดยจัดให้มีระบบวิเคราะห์เพื่อประเมินศักยภาพธุรกิจ SMEs (SMEs Scoring) ระบบวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของ SMEs ซึ่งจะทำหน้าที่คัดกรอง SMEs ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับที่สถาบันการเงินกำหนด ทำให้สามารถจัดกลุ่ม SMEs ที่มีผลประกอบการทางการเงินในระดับปานกลางถึงดี ก่อนส่งให้สถาบันการเงินพิจารณา และจัดทำบัญชีรายชื่อ SMEs ที่มีศักยภาพสูง เช่น SMEs ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐ หรือ SME ที่ได้รับรางวัลประเภทต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้สถาบันการเงินประกอบการพิจารณาสินเชื่อ

รวมถึงส่งเสริมให้องค์กรเอกชน ดังเช่น ค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทในการรับรองสถานะภาพและศักยภาพของ SMEs โดยเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยง SMEs กับสถาบันการเงินและพัฒนาศักยภาพ SMEs เช่น ให้คำปรึกษาแนะนำในการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการเงิน ภาษี บัญชี แรงงาน การบริหารทั่วไป และอื่นๆ

๑.๒ **จัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan)** เพื่อให้สามารถนำมาปล่อยกู้ให้ SMEs ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าอัตราปกติได้

๑.๓ ส่งเสริมให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับ SMEs ที่ประสบปัญหา (Turn Around Fund) เพื่อให้ SMEs ที่ประสบปัญหามีโอกาสในการฟื้นฟูกิจการและกลับมาดำเนินธุรกิจได้ต่อไป โดยการจัดให้มีแหล่งเงินทุนให้กู้ยืมแก่ SMEs ในรูปแบบของโครงการหรือกองทุน และ SMEs จะต้องผ่านกระบวนการให้คำปรึกษา แนะนำ และวินิจฉัย เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาที่แท้จริง

๑.๔ สนับสนุนให้ธุรกิจร่วมทุนมีความเข้มแข็งมากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการร่วมลงทุนของภาครัฐในลักษณะ “Fund of Funds” คือ ภาครัฐสมทบทุนร่วมกับ VC ภาคเอกชน เพื่อให้มีการตัดสินใจลงทุนในกิจการของ SMEs เป็นส่วนผสมระหว่างนโยบายของภาครัฐที่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสนับสนุนและการตัดสินใจของภาคเอกชนที่พิจารณาถึงโอกาสทางธุรกิจ

๑.๕ ส่งเสริมให้ SMEs ใช้บริการที่เลี้ยง/ที่ปรึกษาด้านการเงิน โดยจัดให้มีช่องทางการให้บริการที่เลี้ยงที่ปรึกษาทางการเงินที่เข้าถึงได้ง่าย ทั้งรูปแบบ Online และ Offline และให้ SMEs เข้าถึงได้ในอัตราค่าบริการที่เหมาะสมหรือมีมาตรการสิทธิประโยชน์ในการกระตุ้นและช่วยเหลือเพิ่มเติม ซึ่งในระบบที่เลี้ยง/ที่ปรึกษาทางการเงินนี้ ค่าปลีกสมัยใหม่ สามารถเข้ามามีบทบาทในการเป็นที่ปรึกษาได้

๑.๖ เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินขั้นพื้นฐาน (Financial Literacy) เพื่อช่วยให้ SMEs สามารถบริหารจัดการทรัพยากรทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถวางแผนทางการเงินได้ โดยมีการจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ในรูปแบบต่างๆ อาทิ การอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดทำเว็บไซต์ การเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการเงินผ่านสื่อต่างๆ เป็นต้น

๒. มิติด้านสังคม ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านสังคมของ SMEs ในประเทศไทย คือ “ปัญหาการขาดความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ” ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบาย ดังนี้

นโยบายส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SMEs
โดยส่งเสริมให้ SMEs มีการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเข้มแข็ง ซึ่งอาจอยู่รูปแบบของการรวมกลุ่มในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มกับช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่และระดับรากหญ้า ได้แก่ เกษตรกร ชาวไร่ ชาวสวน เป็นต้น การรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายจะช่วยให้ SMEs มีความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่เกื้อหนุนกันได้ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ รวมทั้งจะทำให้มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๒.๑ พัฒนาศักยภาพการดำเนินงานขององค์กรเอกชนให้เข้มแข็ง การเสริมสร้างความสามารถในการบริหารจัดการขององค์กรเอกชน ดังเช่น ค่าปลีกสมัยใหม่ ให้สามารถเป็นกลไก

ในการให้ความช่วยเหลือ พัฒนา SME ที่เป็นสมาชิกให้ได้มากขึ้น เช่น การสนับสนุนการจัดกิจกรรมทางการตลาด และกิจกรรมในการพัฒนาประสิทธิภาพองค์กร เป็นต้น

๒.๒ กำหนดสิทธิประโยชน์ให้แก่ SMEs ที่เป็นสมาชิกองค์กรเอกชน เพื่อสนับสนุนให้ SMEs เข้าเป็นสมาชิกขององค์กรเอกชนให้มากขึ้น เพื่อให้ภาครัฐสามารถเข้าถึง SMEs ได้อย่างสะดวก และ SMEs จะมีตัวแทนที่สามารถสะท้อนปัญหาและความต้องการมายังภาครัฐได้ การให้สิทธิประโยชน์แก่ SMEs ที่เป็นสมาชิกองค์กรเอกชน เช่น การให้สิทธิในการเข้าร่วมโครงการภาครัฐก่อน เป็นต้น

๒.๓ สนับสนุนให้ SMEs พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น ค่าปลีกสมัยใหม่ โดยรวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการรายใหญ่และความต้องการสินค้าและบริการเพื่อเผยแพร่ให้ SMEs ที่มีศักยภาพทราบ และสนับสนุนให้ SMEs สามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการรายใหญ่

๒.๔ จัดกิจกรรมจับคู่ให้ SMEs มีโอกาสเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น ค่าปลีกสมัยใหม่ โดยจัดกิจกรรมให้ SMEs ได้พบปะนำเสนอสินค้าและบริการต่อผู้ประกอบการรายใหญ่

๒.๕ ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีการให้ความช่วยเหลือแก่ SMEs ในห่วงโซ่อุปทาน เช่น กำหนดให้มีสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีสมัยใหม่ การช่วยพัฒนาทักษะแรงงาน การจับคู่ธุรกิจ การบริหารจัดการ หรือการจัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้า เป็นต้น

๒.๖ ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีการให้ความช่วยเหลือแก่ SMEs ในห่วงโซ่อุปทาน เช่น กำหนดให้มีสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีสมัยใหม่ การช่วยพัฒนาทักษะแรงงาน การจับคู่ธุรกิจ การบริหารจัดการ หรือการจัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้า เป็นต้น

๓. มิติด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านสิ่งแวดล้อมของ SMEs ในประเทศไทย คือ “ปัญหาการขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม/จัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและได้มาตรฐานสากล” ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบาย ดังนี้

นโยบายยกระดับสินค้าและบริการ (Product Upgrading) และกระบวนการผลิตของ SMEs ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ SMEs มีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๓.๑ เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างจิตสำนึกและความตระหนักในการมีส่วนร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ รวมถึงประโยชน์ของการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ โดยองค์กรเอกชน ดังเช่น คำปณิธานสมัยใหม่ สามารถเป็นกลไกในการสร้างมาตรฐาน การให้ความช่วยเหลือ SMEs ในพัฒนาระบบการจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้

๓.๒ สนับสนุนให้ SMEs ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนให้กับ SMEs เพื่อการพัฒนาไปสู่การรับรองมาตรฐานสากล

๓.๓ จัดให้มีที่ปรึกษาแนะนำเชิงลึกเพื่อการพัฒนาสินค้า บริการ และระบบธุรกิจ ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน เพื่อช่วยให้ SMEs สามารถปรับปรุงการผลิต การบริการ สถานประกอบการ หรือ การบริหารจัดการ ให้สอดคล้องตามที่มาตรฐานสากลกำหนดได้ โดยในส่วนขององค์กรเอกชน ดังเช่น คำปณิธานสมัยใหม่ สามารถเข้ามามีส่วนช่วยเป็นที่ปรึกษาได้

ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางคำปณิธานสมัยใหม่

จากการวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่ระดับรากหญ้าของประเทศไทย พบว่า ปัญหาที่สำคัญมากที่สุดที่เกิดขึ้นในระดับรากหญ้า คือ “ปัญหาขาดความรู้ในการพัฒนาต่อยอดสินค้า การเกษตร” ซึ่งเป็นปัญหาในมิติด้านเศรษฐกิจ แต่ปัญหาดังกล่าวยังไม่ได้รับการแก้ไข/สนับสนุนจากภาครัฐและช่องทางคำปณิธานสมัยใหม่อย่างทั่วถึง ผู้วิจัยจึงได้สรุปข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบาย ดังนี้

นโยบายสร้างความรู้ สร้างงาน สร้างรายได้ โดยภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ SMEs และคำปณิธานสมัยใหม่ ช่วยส่งเสริม/สนับสนุนทำให้เกิดการสร้างงานและรายได้ให้แก่เกษตรกรไทยหรือชุมชนท้องถิ่น มีรายละเอียด ดังนี้

๑. ถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวิชาการ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับเกษตรกร โดยภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ SMEs และคำปณิธานสมัยใหม่เข้าไปมีส่วนร่วมสนับสนุน เช่น ให้ความรู้ด้านกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน อาทิ หลักการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี

๒. สนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มภายในชุมชนเพื่อแปรรูปสินค้าเกษตรท้องถิ่น เพื่อยกระดับสินค้าการเกษตรให้มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น และทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น โดยเกษตรกร ลูกหลาน ไม่ต้องไปหางานทำในต่างจังหวัด โดยภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ SMEs และ

ค้าปลีกสมัยใหม่ เข้าไปมีส่วนช่วยในการให้ข้อมูลทางด้านสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดให้กับท้องถิ่นได้

๓. ผลักดันให้สินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยในตลาดโลก โดยภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ SMEs และค้าปลีกสมัยใหม่ เข้าไปมีส่วนร่วมส่งเสริมการยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเข้าสู่ระบบมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

๔. เสริมสร้างศักยภาพของสถาบันเกษตรกรและการรวมกลุ่ม ให้เป็นกลไกหลักในการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่มูลค่าของการเกษตร โดยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ครอบคลุมเกษตรกร และประชาชนในทุกพื้นที่และขยายผลเชื่อมโยงเครือข่ายระบบการผลิต การตลาดและการเงิน กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และคลัสเตอร์ที่เชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรมตั้งแต่ระดับท้องถิ่นถึงระดับชาติ

ส่วนปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของระดับรากหญ้า ส่วนใหญ่เป็นปัญหาที่เชื่อมโยงมาจาก SMEs สู่ระดับรากหญ้า ซึ่งหากปัญหาในมิติสังคมและสิ่งแวดล้อมดังกล่าวของ SMEs มีนโยบายในการแก้ไขที่ชัดเจน จะส่งผลให้ระดับรากหญ้าไม่ได้รับความเดือนร้อนจากปัญหาในมิติดังกล่าวไปด้วย

นโยบายดังกล่าวข้างต้นจะบรรลุตามเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนดังกล่าวได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการสร้างพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งเป็นภาคเอกชนที่มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จทางธุรกิจในระดับหนึ่ง ควรได้มีการทำงานเชิงรุกในการช่วยส่งเสริม ประสาน และเชื่อมโยงกับแนวนโยบายของภาครัฐ เพื่อเติมเต็มและสร้างความเข้มแข็ง ยกระดับการจัดการทั้งห่วงโซ่อุปทานแบบเครือข่าย (Supply Chain Network) อย่างเป็นทางการมากขึ้น โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ในฐานะผู้ผลิต เพื่อส่งมอบคุณค่าของสินค้าและบริการ ไปจนถึงมือผู้บริโภค

สรุป แนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ SMEs และ ระดับรากหญ้า ภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ SMEs ค้าปลีกสมัยใหม่ รวมถึงระดับรากหญ้า ควรร่วมมือแก้ไขปัญหาต่างๆ ร่วมกัน โดยภาครัฐเป็นผู้กำหนดนโยบายและขับเคลื่อนให้นโยบายนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง โดยออกนโยบายพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ SMEs ให้ครอบคลุมในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ได้แก่ ๑. นโยบายส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ๒. นโยบายส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SMEs และ ๓. นโยบายยกระดับสินค้าและบริการ (Product Upgrading) และกระบวนการผลิตของ SMEs ที่เป็น

มิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยคำปณิธานใหม่เข้ามามีส่วนร่วมช่วยส่งเสริม/สนับสนุน/พัฒนาให้เกิดขึ้นได้จริง ส่วนนโยบายพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ระดับรากหญ้า ได้แก่ นโยบายสร้างความรู้ สร้างงาน สร้างรายได้ ภาคเอกชน ดังเช่น SMEs และคำปณิธานใหม่ ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมช่วย เพื่อให้เกิดการสร้างงาน การกระจายรายได้ไปสู่ภาคเกษตรกรรม รวมถึงเป็นตัวช่วยให้เกิดการพัฒนาและนำความเจริญไปสู่ชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ส่งผลต่อเนื่องสู่ภาคเศรษฐกิจและภาคธุรกิจโดยรวม

บทที่ ๕

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ พัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า ” ผู้วิจัยขอสรุปและให้ข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

สรุป

ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอรายละเอียดของการสรุป เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยใน ๓ เรื่อง ได้แก่ ๑. เพื่อศึกษาปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ๒. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า และ ๓. เพื่อศึกษาแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

๑. ปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

๑.๑ จากการศึกษาปัญหาห่วงโซ่อุปทานที่เชื่อมโยงสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาผ่านประเทศสหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เปรียบเทียบกับประเทศไทย พบปัญหาเหมือนกัน ๔ เรื่อง ได้แก่

๑.๑.๑ การขาดเงินทุนหมุนเวียนสำหรับห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญและเกิดขึ้นมากที่สุดในประเทศไทย เนื่องจาก SMEs ส่วนใหญ่จะขาดสภาพคล่องทางการเงิน มีเงินทุนหมุนเวียนที่ใช้ในธุรกิจน้อยและมีกระแสเงินสดไม่มั่นคง เหมือนธุรกิจขนาดใหญ่ และต้องแบกรับต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มากขึ้น ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางจนลูกค้าได้รับสินค้า เช่น ค่าใช้จ่าย/ต้นทุนด้านการจัดหาวัตถุดิบ การจัดการสินค้าคงคลัง การควบคุมมาตรฐานสินค้า การขนส่งสินค้า ด้านแรงงาน เป็นต้น นอกจากนี้ SMEs ยังไม่สามารถพึ่งแหล่งเงินทุน

จากสถาบันการเงินได้อย่างเต็มที่ จึงทำให้ SMEs ขาดเงินทุนหมุนเวียนหรือไม่เพียงพอเพื่อนำไปใช้ดำเนินธุรกิจ รวมถึงการจ้างแรงงานเพิ่ม

๑.๑.๒ ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงาน เนื่องจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และแรงงานมีการเข้าออกสูง แรงงานรุ่นใหม่ไม่ต้องการทำงานใน SMEs เป็นต้น ซึ่งเรื่องแรงงานดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าในเรื่องของการจ้างแรงงานท้องถิ่นด้วย

๑.๑.๓ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากตลาด SMEs มีการแข่งขันค่อนข้างสูง จึงมุ่งเน้นในเรื่องการผลิตหรือการค้าขายเพื่อให้เกิดผลกำไรสูงสุด โดยละเลยด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงขาดมาตรการดูแลซัพพลายเออร์ (Supplier) ที่ผิดจริยธรรมและขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ SMEs บางรายต้องสูญเสียรายได้และประสบความล้มเหลวทางธุรกิจ ซึ่งเรื่องดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าด้วย

แต่ปัญหาที่สำคัญและเกิดขึ้นมากที่สุดในประเทศไทย คือ ขาดพันธมิตรทางธุรกิจ เนื่องจาก SMEs ไทยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กและทำธุรกิจโดยลำพัง ขาดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งทั้งจากอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสมาคมการค้า ทำให้ SMEs ไม่สามารถมีความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่เกื้อหนุนกันได้ และไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ รวมทั้งทำให้มีอำนาจในการต่อรองน้อย

๑.๑.๔ ขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม/จัดการสิ่งแวดล้อม เนื่องจาก SMEs บางราย ในแต่ละประเทศละเลยการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมในกระบวนการธุรกิจและไม่มีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมในระบบของห่วงโซ่อุปทาน โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบห่วงโซ่อุปทานอาจสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การกำจัดของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่มีการใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น รวมถึงไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและขาดความร่วมมือจากองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของรัฐบาล ซึ่งมีผลทำให้ SMEs ประสบความล้มเหลวและไม่ยั่งยืน

เมื่อพิจารณาระดับของปัญหาห่วงโซ่อุปทานเปรียบเทียบกับคุณลักษณะของ SMEs พบว่า วิสาหกิจขนาดเล็กมีปัญหามากกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง เนื่องจากวิสาหกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่มักจะมีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัวมากกว่าและมักจะใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ด้วยตนเอง บุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้อง รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีมาใช้น้อยและมีจำนวนแรงงานน้อยมากกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง

ขณะที่ปัญหาห่วงโซ่อุปทานที่พบเฉพาะใน SMEs ของประเทศไทย แต่ในต่างประเทศส่วนใหญ่ไม่พบ คือ ขาดความรู้ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานที่เป็นระบบ ปัญหาด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน SMEs มักใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ของตนเองหรือบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้อง ซึ่งการจัดการในลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง แต่เมื่อกิจการขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหามากขึ้น

๑.๒ จากการศึกษาปัญหาห่วงโซ่อุปทานที่เชื่อมโยงสู่ระดับรากหญ้าในประเทศไทย พบว่า

ปัญหาเรื่องการขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงาน และการขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของ SMEs ดังกล่าวข้างต้น เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าโดยตรง เพราะ SMEs มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการจ้างงานของประเทศ เนื่องจาก SMEs มีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งบทบาทนี้รวมถึงการที่ SMEs เป็นภาคธุรกิจที่ช่วยดูดซับแรงงานที่เคลื่อนย้ายออกจากภาคการเกษตร การที่ SMEs เป็นแหล่งจ้างงานขนาดใหญ่ของประเทศนั้น การประกอบกิจการของ SMEs จึงส่งผลกระทบต่อการทำงานและรายได้ของครัวเรือนจำนวนมากของระดับรากหญ้า ประกอบกับ SMEs ไทยมักใช้แรงงานต่างด้าว แรงงานเด็ก การละเมิดสิทธิมนุษยชนของแรงงาน ซึ่งแสดงถึงการขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าในเรื่องของการจ้างแรงงานท้องถิ่นด้วย

นอกจากปัญหาที่เชื่อมโยงจาก SMEs สู่ระดับรากหญ้าแล้ว ปัญหาห่วงโซ่อุปทานของระดับรากหญ้า ในประเทศไทย ที่สำคัญและเกิดขึ้นมากที่สุด คือ “ปัญหาขาดความรู้ในการพัฒนาต่อยอดสินค้าการเกษตร” ซึ่งเป็นปัญหาในมิติด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากกลุ่มเกษตรกร ซึ่งเป็นระดับรากหญ้าส่วนใหญ่ ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปสินค้าเกษตร ตลอดจนการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรของตนเองและชุมชนให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด รวมถึงยังขาดองค์ความรู้ทางวิชาการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีมาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล จนทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น โดยเกษตรกร ลูกหลาน ไม่ต้องไปหางานทำในต่างจังหวัด

๒. ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

๒.๑ จากการศึกษาปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานใน ๓ มิติ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาด

ย่อม กรณีศึกษาผ่านประเทศสหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เปรียบเทียบกับประเทศไทย พบว่า

๒.๑.๑ มิติด้านเศรษฐกิจ ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานที่ SMEs ส่วนใหญ่ ทั้งในต่างประเทศและประเทศไทย พบเหมือนกันมี ๒ เรื่อง ได้แก่

๒.๑.๑.๑ ขาดสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบ ซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญและเกิดขึ้นมากที่สุดในประเทศไทย เนื่องจากกลไกการดำเนินงานและการปล่อยสินเชื่อของสถาบันทางการเงินที่ไม่เอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs เพราะสถาบันทางการเงินต้องการลดความเสี่ยงของการเกิดหนี้เสีย จึงไม่ปล่อยสินเชื่อให้กับธุรกิจที่มีความน่าเชื่อถือทางการเงินต่ำและมีการจัดการทางการเงินที่ไม่เป็นระบบ มีข้อมูลการดำเนินงานที่มีความไม่แน่นอนของผลประกอบการดังเช่นธุรกิจ SMEs ในขณะที่เดียวกันในช่วงที่ธุรกิจ SMEs ต้องการเงินกู้ยืมอย่างเร่งด่วนเพื่อขยายการลงทุน ขั้นตอนการดำเนินงานของสถาบันการเงินในการปล่อยสินเชื่อกลับมีความซับซ้อนและไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ จึงเป็นผลให้ขาดเงินทุนหมุนเวียนหรือไม่เพียงพอเพื่อนำไปใช้ดำเนินธุรกิจ รวมถึงการจ้างแรงงานเพิ่ม

๒.๑.๑.๒ ขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีทักษะ เนื่องจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และแรงงานมีการเข้าออกสูง แรงงานรุ่นใหม่ไม่ต้องการทำงานใน SMEs เป็นต้น ซึ่งเรื่องดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าในเรื่องของการจ้างแรงงานท้องถิ่นด้วย

ส่วนปัญหาด้านการขาดความเชี่ยวชาญด้านการตลาด พบเฉพาะในประเทศไทย SMEs ยังมีปัญหาขาดบุคลากรด้านการตลาดที่มีความรู้หรือประสบการณ์ด้านการขายหรือการตลาดมาก่อน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด รวมถึงสินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค มักจำหน่ายในท้องถิ่น ตลาดในประเทศ ไม่สามารถส่งออกไปขายต่างประเทศ

๒.๑.๒ มิติด้านสังคม ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานที่ SMEs ส่วนใหญ่ ทั้งในต่างประเทศและประเทศไทย พบเหมือนกันมี ๑ เรื่อง ได้แก่ ขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล เนื่องจากตลาด SMEs มีการแข่งขันค่อนข้างสูง จึงมุ่งเน้นในเรื่องการผลิตหรือการค้าขายเพื่อเกิดกำไรสูงสุด โดยละเลยด้านการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับจริยธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงขาดมาตรการดูแลซัพพลายเออร์ (Supplier) ที่ผิดจริยธรรมและขาดความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ SMEs บางรายต้องสูญเสียรายได้และประสบความล้มเหลวทางธุรกิจ และส่งผลต่อความยั่งยืน ซึ่งเรื่องดังกล่าวส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าด้วย

แต่ปัญหาที่สำคัญและเกิดขึ้นมากที่สุดในประเทศไทย คือ ขาดความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ เนื่องจาก SMEs ไทยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กและทำธุรกิจโดย

ลำพัง ขาดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งทั้งจากอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสมาคมการค้า ทำให้ SMEs ไม่สามารถมีความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่เกื้อหนุนกันได้ และไม่มีทางเลือกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ รวมทั้งทำให้มีอำนาจในการต่อรองน้อย

๒.๑.๓ มิติด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานที่ SMEs ส่วนใหญ่ ทั้งในต่างประเทศและประเทศไทย พบเหมือนกันมี ๑ เรื่อง ได้แก่ ขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม/จัดการสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบและได้มาตรฐานสากล เนื่องจาก SMEs บางราย ในแต่ละประเทศละเลยการจัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมในกระบวนการธุรกิจ และไม่มีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมในระบบของห่วงโซ่อุปทาน โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องในระบบห่วงโซ่อุปทานอาจสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การกำจัดของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่มีการใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น รวมถึงไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและขาดความร่วมมือจากองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของรัฐบาล ซึ่งมีผลทำให้ SMEs ประสบความล้มเหลวและไม่ยั่งยืน โดยประเทศที่กำลังพัฒนามีแนวโน้มเกิดปัญหาดังกล่าวสูงกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว

เมื่อพิจารณาระดับของปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานเปรียบเทียบตามคุณลักษณะของ SMEs พบว่า วิสาหกิจขนาดเล็กมีปัญหามากกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง เนื่องจากวิสาหกิจขนาดเล็กส่วนใหญ่มักจะมีลักษณะเป็นธุรกิจครอบครัวมากกว่าและมักจะใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ด้วยตนเอง บุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้อง รวมถึงมีการนำเทคโนโลยีมาใช้น้อยและมีจำนวนแรงงานน้อยกว่าวิสาหกิจขนาดกลาง

๒.๒ จากการศึกษาปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานใน ๓ มิติ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สู่ระดับรากหญ้าในประเทศไทย พบว่า

ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรหรือแรงงานที่มีทักษะและขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของ SMEs ดังกล่าวข้างต้น เป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าโดยตรง เพราะ SMEs มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการจ้างงานของประเทศ เนื่องจาก SMEs มีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ซึ่งบทบาทนี้รวมถึงการที่ SMEs เป็นภาคธุรกิจที่ช่วยดูดซับแรงงานที่เคลื่อนย้ายออกจากภาคการเกษตร การที่ SMEs เป็นแหล่งจ้างงานขนาดใหญ่ของประเทศนั้น การประกอบกิจการของ SMEs จึงส่งผลกระทบต่อตรงต่อการมีงานทำและรายได้ของครัวเรือนจำนวนมากของระดับรากหญ้า ประกอบกับ SMEs ไทย มักใช้แรงงานต่างด้าว แรงงานเด็ก การละเมิดสิทธิมนุษยชนของแรงงาน ซึ่งแสดงถึงการขาดการดำเนินการด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ส่งผลกระทบต่อระดับรากหญ้าในเรื่องของการจ้างแรงงานท้องถิ่นด้วย

นอกจากปัญหาที่เชื่อมโยงจาก SMEs สู่ระดับรากหญ้าแล้ว ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานของระดับรากหญ้าในประเทศไทย ที่สำคัญและเกิดขึ้นมากที่สุด คือ “**ปัญหาขาดความรู้ในการพัฒนาต่อยอดสินค้าการเกษตร**” ซึ่งเป็นปัญหาในมิติด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากกลุ่มเกษตรกร ซึ่งเป็นระดับรากหญ้าส่วนใหญ่ ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปสินค้าเกษตร ตลอดจนการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรของตนเองและชุมชนให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด รวมถึงยังขาดองค์ความรู้ทางวิชาการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีมาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล จนทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น โดยเกษตรกร ลูกหลาน ไม่ต้องไปหางานทำในต่างจังหวัด

๓. แนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

๓.๑ แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ กรณีศึกษาผ่านประเทศสหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ เปรียบเทียบกับประเทศไทย มีดังนี้

๓.๑.๑ แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ทั้งในต่างประเทศและประเทศไทย พบเหมือนกันมี ๖ เรื่อง คือ

๓.๑.๑.๑ สนับสนุนด้านช่องทางการขายและประชาสัมพันธ์ โดยค้าปลีกสมัยใหม่เป็นช่องทางการขายและกระจายสินค้าให้กับ SMEs ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ช่วยให้แบรนด์สินค้าเป็นที่รู้จักและเติบโตมาเป็นแมส โปรดัคส์ (Mass Product) รวมถึงช่วยในการหาตลาดสินค้าใหม่หรือการนำสินค้าไปขายในต่างประเทศ

๓.๑.๑.๒ สนับสนุนด้านผลิตภัณฑ์ โดยค้าปลีกสมัยใหม่จะเป็นเสมือนห้องทดลองสินค้า เพื่อทดสอบรับของผู้บริโภคและช่วยพัฒนาและปรับปรุงสินค้าให้ได้มาตรฐาน ดูแลมาตรฐานการผลิต และวางแผนการตลาด

๓.๑.๑.๓ สนับสนุนด้านองค์ความรู้และข้อมูล โดยค้าปลีกสมัยใหม่สนับสนุนข้อมูลของผู้บริโภค ให้ SMEs ไปใช้วางแผนและวิเคราะห์ตลาดและถ่ายทอดองค์ความรู้ และแชร์ประสบการณ์ผ่าน เบสท์ แพรคทิส (Best Practice) จากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเกิดเป็นไอเดีย หรือแรงบันดาลใจในการนำไปพัฒนาต่อยอดธุรกิจของตัวเองอย่างต่อเนื่อง

๓.๑.๑.๔ สนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยค้ำปณิคมสมัยใหม่สนับสนุน SMEs ให้นำเทคโนโลยีต่างๆ มาใช้ในกระบวนการทำงาน และส่งเสริมการพัฒนาสินค้าที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงการจัดประกวดและให้รางวัลแก่ SMEs ที่มีการพัฒนาสินค้าที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ

๓.๑.๑.๕ สนับสนุนด้านการสร้างความสัมพันธ์ โดยค้ำปณิคมสมัยใหม่ การสร้างความคุ้นเคยเสมือนครอบครัว โดยการพบปะเยี่ยมเยียนอย่างไม่เป็นทางการ

๓.๑.๑.๖ สนับสนุนด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยค้ำปณิคมสมัยใหม่สนับสนุน SMEs ให้ดำเนินธุรกิจโดยมีความรับผิดชอบต่อสังคม โดยกำหนดมาตรฐานในการตรวจสอบ

๓.๑.๒ แนวทางการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้ำปณิคมสมัยใหม่ ทั้งในต่างประเทศและประเทศไทย พบเหมือนกันมี ๓ เรื่อง คือ

๓.๑.๒.๑ สนับสนุนด้านผลิตภัณฑ์ โดยค้ำปณิคมสมัยใหม่ส่งเสริมให้ SMEs หรือชุมชน (ระดับรากหญ้า) ได้พัฒนาสินค้ามาขายในร้าน

๓.๑.๒.๒ สนับสนุนด้านองค์ความรู้และข้อมูล โดยค้ำปณิคมสมัยใหม่ ส่งเสริมให้ระดับรากหญ้าพัฒนาศักยภาพของตนเอง โดยการอบรมและให้ความรู้ เพื่อยกระดับสินค้าให้สามารถวางขายในร้านค้ำปณิคมได้

๓.๑.๒.๓ สนับสนุนด้านการสร้างความร่วมมือ โดยค้ำปณิคมสมัยใหม่ ส่งเสริมให้ SMEs สร้างความร่วมมือกับระดับรากหญ้าซึ่งเป็นต้นทางของแหล่งวัตถุดิบที่ SMEs จะนำมาใช้ผลิต เพื่อทำให้เกิดการสร้างงานและกระจายได้ไปสู่ระดับรากหญ้า และส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน และร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนช่วยแก้ปัญหาทางสังคม

๓.๒ ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้ำปณิคมสมัยใหม่

๓.๒.๑ ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านช่องทางค้ำปณิคมสมัยใหม่

จากการวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย พบปัญหาสำคัญมากที่สุดที่ SMEs ต้องเผชิญทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม แต่เป็นปัญหาที่ภาครัฐและช่องทางค้ำปณิคมสมัยใหม่เข้ามามีส่วนช่วยในการแก้ปัญหา/พัฒนาน้อย ผู้วิจัยจึงได้สรุปข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบาย ดังนี้

๓.๒.๑.๑ มิติด้านเศรษฐกิจ ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจของ SMEs ในประเทศไทยมากที่สุด คือ “ปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบ” ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบาย ดังนี้

นโยบายส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สร้างและพัฒนาปัจจัยที่เอื้อให้ SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งทุน และสนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ SME สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. รับรองสถานะและศักยภาพของ SMEs เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งสินเชื่อ โดยส่งเสริมให้มีระบบการประเมินศักยภาพทางการเงินของ SME เพื่อช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาการพิจารณาของสถาบันการเงิน โดยจัดให้มีระบบวิเคราะห์เพื่อประเมินศักยภาพธุรกิจ SMEs (SMEs Scoring) ระบบวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินของ SMEs ซึ่งจะทำหน้าที่คัดกรอง SMEs ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับที่สถาบันการเงินกำหนด ทำให้สามารถจัดกลุ่ม SMEs ที่มีผลประกอบการทางการเงินในระดับปานกลางถึงดี ก่อนส่งให้สถาบันการเงินพิจารณา และจัดทำบัญชีรายชื่อ SMEs ที่มีศักยภาพสูง เช่น SMEs ที่ผ่านกระบวนการพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐ หรือ SME ที่ได้รับรางวัลประเภทต่างๆ จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้สถาบันการเงินประกอบการพิจารณาสินเชื่อ

รวมถึงส่งเสริมให้องค์การเอกชน ดังเช่น ค้าปลีกสมัยใหม่เข้ามามีบทบาทในการรับรองสถานภาพและศักยภาพของ SMEs โดยเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยง SMEs กับสถาบันการเงินและพัฒนาศักยภาพ SMEs เช่น ให้คำปรึกษาแนะนำในการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการเงิน ภาษี บัญชี แรงงาน การบริหารทั่วไป และอื่นๆ

๒. จัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) เพื่อให้สามารถนำมาปล่อยกู้ให้ SMEs ในอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำกว่าอัตราปกติได้

๓. ส่งเสริมให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับ SMEs ที่ประสบปัญหา (Turn Around Fund) เพื่อให้ SMEs ที่ประสบปัญหามีโอกาสในการฟื้นฟูกิจการและกลับมาดำเนินธุรกิจได้ต่อไป โดยการจัดให้มีแหล่งเงินทุนให้กู้ยืมแก่ SMEs ในรูปแบบของโครงการหรือกองทุน และ SMEs จะต้องผ่านกระบวนการให้คำปรึกษา แนะนำ และวินิจฉัย เพื่อวิเคราะห์สภาพปัญหาที่แท้จริง

๔. สนับสนุนให้ธุรกิจร่วมทุนมีความเข้มแข็งมากขึ้น โดยการส่งเสริมให้มีการร่วมลงทุนของภาครัฐในลักษณะ “Fund of Funds” คือ ภาครัฐสมทบทุนร่วมกับ VC

ภาคเอกชน เพื่อให้มีการตัดสินใจลงทุนในกิจการของ SMEs เป็นส่วนผสมระหว่างนโยบายของภาครัฐที่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสนับสนุนและการตัดสินใจของภาคเอกชนที่พิจารณาถึงโอกาสทางธุรกิจ

๕. ส่งเสริมให้ SMEs ใช้บริการพี่เลี้ยง/ที่ปรึกษาด้านการเงิน โดยจัดให้มีช่องทางการให้บริการพี่เลี้ยงที่ปรึกษาทางด้านการเงินที่เข้าถึงได้ง่าย ทั้งรูปแบบ Online และ Offline และให้ SMEs เข้าถึงได้ในอัตราค่าบริการที่เหมาะสมหรือมีมาตรการสิทธิประโยชน์ในการกระตุ้นและช่วยเหลือเพิ่มเติม ซึ่งในระบบพี่เลี้ยง/ที่ปรึกษาด้านการเงินนี้ ค่าปรึกษาสมัยใหม่ สามารถเข้ามามีบทบาทในการเป็นที่ปรึกษาได้

๖. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเงินขั้นพื้นฐาน (Financial Literacy) เพื่อช่วยให้ SMEs สามารถบริหารจัดการทรัพยากรทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสามารถวางแผนทางการเงินได้ โดยมีการจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้ในรูปแบบต่างๆ อาทิ การอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดทำเว็บไซต์ การเผยแพร่องค์ความรู้ด้านการเงินผ่านสื่อต่างๆ เป็นต้น

๓.๒.๑.๒ มิติด้านสังคม ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านสังคมของ SMEs ในประเทศไทยมากที่สุด คือ “ปัญหาการขาดความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ” ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบาย ดังนี้

นโยบายส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SMEs โดยส่งเสริมให้ SMEs มีการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเข้มแข็ง ซึ่งอาจอยู่รูปแบบของการรวมกลุ่มในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มกับช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่และระดับรากหญ้า ได้แก่ เกษตรกร ชาวไร่ ชาวสวน เป็นต้น การรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายจะช่วยให้ SMEs มีความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่เกื้อหนุนกันได้ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ รวมทั้งจะทำให้มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. พัฒนาศักยภาพการดำเนินงานขององค์การเอกชนให้เข้มแข็ง การเสริมสร้างความสามารถในการบริหารจัดการขององค์การเอกชน ดังเช่น ค่าปรึกษาสมัยใหม่ ให้สามารถเป็นกลไกในการให้ความช่วยเหลือ พัฒนา SMEs ที่เป็นสมาชิกให้ได้มากขึ้น เช่น การสนับสนุนการจัดกิจกรรมทางการตลาด และกิจกรรมในการพัฒนาประสิทธิภาพองค์กร เป็นต้น

๒. กำหนดสิทธิประโยชน์ให้แก่ SMEs ที่เป็นสมาชิกองค์การเอกชน เพื่อสนับสนุนให้ SMEs เข้าเป็นสมาชิกขององค์การเอกชนให้มากขึ้น เพื่อให้ภาครัฐสามารถเข้าถึง SMEs ได้อย่างสะดวก และ SMEs จะมีตัวแทนที่สามารถสะท้อนปัญหาและความต้องการมายังภาครัฐได้ การให้สิทธิประโยชน์แก่ SMEs ที่เป็นสมาชิกองค์การเอกชน เช่น การให้สิทธิในการเข้าร่วมโครงการภาครัฐก่อน เป็นต้น

๓. สนับสนุนให้ SMEs พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น ค่าปลีกสมัยใหม่ โดยรวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการรายใหญ่และความต้องการสินค้าและบริการเพื่อเผยแพร่ให้ SMEs ที่มีศักยภาพทราบ และสนับสนุนให้ SMEs สามารถพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการรายใหญ่

๔. จัดกิจกรรมจับคู่ให้ SMEs มีโอกาสเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น ค่าปลีกสมัยใหม่ โดยจัดกิจกรรมให้ SMEs ได้พบปะนำเสนอสินค้าและบริการต่อผู้ประกอบการรายใหญ่

๕. ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่มีการให้ความช่วยเหลือแก่ SMEs ในห่วงโซ่อุปทาน เช่น กำหนดให้มีสิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีสมัยใหม่ การช่วยพัฒนาทักษะแรงงาน การจับคู่ธุรกิจ การบริหารจัดการ หรือการจัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้า เป็นต้น

๓.๒.๑.๓ มิติด้านสิ่งแวดล้อม ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านสิ่งแวดล้อมของ SMEs ในประเทศไทยมากที่สุดคือ “ปัญหาการขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม/จัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและได้มาตรฐานสากล” ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบาย ดังนี้

นโยบายยกระดับสินค้าและบริการ (Product Upgrading) และกระบวนการผลิตของ SMEs ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ SMEs มีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

๑. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างจิตสำนึกและความตระหนักในการมีส่วนร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ รวมถึงประโยชน์ของการจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ โดยองค์การเอกชน ดังเช่น ค่าปลีกสมัยใหม่ สามารถเป็นกลไกในการสร้างมาตรฐาน การให้ความช่วยเหลือ SMEs ในพัฒนาระบบการจัดการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้

๒. สนับสนุนให้ SMEs ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานต่างๆ ด้านสิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนค่าใช้จ่ายบางส่วนให้กับ SMEs เพื่อการพัฒนาไปสู่การรับรองมาตรฐานสากล

๓. จัดให้มีที่ปรึกษาแนะนำเชิงลึกเพื่อการพัฒนาสินค้า บริการ และระบบธุรกิจให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน เพื่อช่วยให้ SMEs สามารถปรับปรุงการผลิต การบริการ สถานประกอบการ หรือ การบริหารจัดการ ให้สอดคล้องตามที่มาตรฐานสากลกำหนดได้ โดยในส่วนนี้ องค์กรเอกชน ดังเช่น ค้าปลีกสมัยใหม่ สามารถเข้ามามีส่วนช่วยเป็นที่ปรึกษาได้

๓.๒.๒ ข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่ระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

พบว่า ปัญหาที่สำคัญมากที่สุดที่เกิดขึ้นในระดับรากหญ้า คือ “ปัญหาขาดความรู้ในการพัฒนาต่อยอดสินค้าการเกษตร” ซึ่งเป็นปัญหาในมิติด้านเศรษฐกิจ แต่ปัญหาดังกล่าวยังไม่ได้รับการแก้ไข/สนับสนุนจากภาครัฐและช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่อย่างทั่วถึง ผู้วิจัยจึงได้สรุปข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบาย ดังนี้

นโยบายสร้างความรู้ สร้างงาน สร้างรายได้ โดยภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ SMEs และค้าปลีกสมัยใหม่ ช่วยส่งเสริม/สนับสนุนทำให้เกิดการสร้างงานและรายได้ให้แก่เกษตรกรไทยหรือชุมชนท้องถิ่น มีรายละเอียด ดังนี้

๑. ถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวิชาการ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับเกษตรกร โดยภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ SMEs และค้าปลีกสมัยใหม่ เข้าไปมีส่วนร่วมสนับสนุน เช่น ให้ความรู้ด้านกระบวนการผลิตตามมาตรฐาน อาทิ หลักการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี

๒. สนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มภายในชุมชนเพื่อแปรรูปสินค้าเกษตรท้องถิ่น เพื่อยกระดับสินค้าการเกษตรให้มีมูลค่ามากยิ่งขึ้น และทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น โดยเกษตรกร ลูกหลาน ไม่ต้องไปหางานทำในต่างจังหวัด โดยภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ SMEs และค้าปลีกสมัยใหม่ เข้าไปมีส่วนช่วยในการให้ข้อมูลทางด้านสินค้าที่เป็นที่ต้องการของตลาดให้กับท้องถิ่นได้

๓. ผลักดันให้สินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพ มาตรฐานและความปลอดภัยในตลาดโลก โดยภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ SMEs และค้าปลีกสมัยใหม่ เข้าไปมีส่วนร่วมส่งเสริมการยกระดับการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารเข้าสู่ระบบมาตรฐานและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

๔. เสริมสร้างศักยภาพของสถาบันเกษตรกรและการรวมกลุ่ม ให้เป็นกลไกหลักในการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่มูลค่าของการเกษตร โดยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้ครอบคลุมเกษตรกรและประชาชนในทุกพื้นที่และขยายผลเชื่อมโยงเครือข่ายระบบการผลิต การตลาดและการเงิน กลุ่มเกษตรกร วิสาหกิจชุมชน และคลัสเตอร์ที่เชื่อมโยงกับภาคอุตสาหกรรม ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นถึงระดับชาติ

ส่วนปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของระดับรากหญ้า ส่วนใหญ่เป็นปัญหาที่เชื่อมโยงมาจาก SMEs ผู้ระดับรากหญ้า ซึ่งหากปัญหาในมิติสังคมและสิ่งแวดล้อมดังกล่าวของ SMEs มีนโยบายในการแก้ไขที่ชัดเจน จะส่งผลให้ระดับรากหญ้าไม่ได้รับความเดือนร้อนจากปัญหาในมิติดังกล่าวไปด้วย

นโยบายดังกล่าวข้างต้นจะบรรลุตามเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนดังกล่าวได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการสร้างพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) ซึ่งเป็นภาคเอกชนที่มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จทางธุรกิจในระดับหนึ่ง ควรได้มีการทำงานเชิงรุกในการช่วยส่งเสริม ประสาน และเชื่อมโยงกับแนวนโยบายของภาครัฐ เพื่อเติมเต็มและสร้างความเข้มแข็ง ยกระดับการจัดการทั้งห่วงโซ่อุปทานแบบเครือข่าย (Supply Chain Network) อย่างเป็นทางการมากขึ้น โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ในฐานะผู้ผลิต เพื่อส่งมอบคุณค่าของสินค้าและบริการ ไปจนถึงมือผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะ

๑. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑.๑ ด้านเศรษฐกิจ จากผลการวิจัย พบว่า SMEs ในประเทศไทยส่วนใหญ่ ประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินและการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบของ SMEs ดังนั้น ภาครัฐควรกำหนดนโยบายส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สร้างและพัฒนาปัจจัยที่เอื้อให้ SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งทุน และสนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ SMEs สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว เช่น รับรองสถานะและศักยภาพของ SMEs โดยส่งเสริมให้มีระบบการประเมินศักยภาพทางการเงินของ SMEs เพื่อช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาการพิจารณาของสถาบันการเงิน และจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ รวมถึงส่งเสริมให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับ SMEs ที่ประสบปัญหา เป็นต้น

๑.๒ ด้านสังคม จากผลการวิจัย พบว่า SMEs ในประเทศไทยส่วนใหญ่ ประสบปัญหา การขาดความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ ดังนั้นภาครัฐควรกำหนดนโยบายส่งเสริมให้เกิดการ รวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SMEs โดยส่งเสริมให้ SMEs มีการรวมกลุ่มและสร้าง เครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเข้มแข็ง ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการรวมกลุ่มในอุตสาหกรรม เดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มกับช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ และระดับรากหญ้า ได้แก่ เกษตรกร ชาวไร่ ชาวสวน เป็นต้น การรวมกลุ่มหรือการสร้างเครือข่ายจะช่วย ให้ SMEs มีความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่เกื้อหนุนกันได้ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ ต่างๆ รวมทั้งจะทำให้มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น เช่น สนับสนุนให้ SMEs พัฒนาสินค้าและบริการให้ สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการรายใหญ่ และกำหนดสิทธิประโยชน์ให้แก่ SMEs ที่เป็น สมาชิกองค์การเอกชน เพื่อสนับสนุนให้ SMEs เข้าเป็นสมาชิกขององค์การเอกชนให้มากขึ้น เป็นต้น

๑.๓ ด้านสิ่งแวดล้อม จากผลการวิจัย พบว่า SMEs ในประเทศไทยส่วนใหญ่ ประสบปัญหาการขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม/จัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและได้ มาตรฐานสากล ดังนั้นภาครัฐควรกำหนดนโยบายยกระดับสินค้าและบริการ (Product Upgrading) และกระบวนการผลิตของ SMEs ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ SMEs มีการดำเนินธุรกิจโดย คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เพื่อ สร้างจิตสำนึกและความตระหนักในการมีส่วนร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการ และสนับสนุน ให้ SMEs ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานสิ่งแวดล้อมต่างๆ รวมถึงจัดให้มีที่ปรึกษาแนะนำเชิงลึกเพื่อการ พัฒนาสินค้า บริการ และระบบธุรกิจให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลกำหนดได้ โดยอาจนำองค์กร เอกชน ดังเช่น ค้าปลีกสมัยใหม่ สามารถเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเป็นที่ปรึกษาได้ เป็นต้น

๑.๔ จากผลการวิจัย พบว่า ระดับรากหญ้าในประเทศไทยส่วนใหญ่ ประสบปัญหา ขาดความรู้ในการพัฒนาต่อยอดสินค้าการเกษตร ดังนั้นภาครัฐควรกำหนดนโยบายสร้างความรู้ สร้าง งาน สร้างรายได้ โดยภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ SMEs และค้าปลีกสมัยใหม่ ช่วยส่งเสริม/ สนับสนุนทำให้เกิดการสร้างงานและรายได้ให้แก่เกษตรกรไทยหรือชุมชนท้องถิ่น เช่น ถ่ายทอดองค์ ความรู้ทางวิชาการ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับเกษตรกร โดยภาครัฐและภาคเอกชน และสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มภายในชุมชนเพื่อแปรรูปสินค้าเกษตร ท้องถิ่น รวมถึงผลักดันให้สินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยในตลาดโลก เป็นต้น

๑.๕ ภาครัฐควรกำหนดนโยบายในด้านต่างๆ ให้เดินไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งในมิติ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งกำหนดหน่วยงานเฉพาะที่เพียงพอ สำหรับการติดตาม และประเมินผลนโยบายด้านต่างๆ เพื่อปรับปรุงนโยบายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

๑.๖ ภาครัฐควรกำหนดเรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืนเข้าไปในหลักสูตรการศึกษาด้วย เพื่อปลูกฝังให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญและสร้างความเข้าใจในด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนมากขึ้น

๒. ข้อเสนอแนะระดับปฏิบัติการ

๒.๑ สร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจถึงความสำคัญของประเด็นปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานไม่ว่าจะเป็นปัญหาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ปลูกฝังจิตสำนึกให้ทุกภาคส่วนเข้าใจว่า หน้าที่ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาต่างๆ ไม่ได้เป็นของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่เป็นหน้าที่ของทุกคนในชาติที่ต้องร่วมกันแก้ไขและบรรเทาปัญหารวมไปถึงหาแนวทางในการพัฒนาสู่ความยั่งยืนไปพร้อมๆ กัน

๒.๒ ส่งเสริมให้มีการลงมือปฏิบัติตามนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนอย่างจริงจังและเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นความท้าทายต่อจากนี้ เป็นเรื่องของการปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมและสามารถวัดผลได้ โดยแต่ละฝ่ายจะต้องร่วมมือร่วมใจกันอย่างพร้อมเพรียงในการลงมือปฏิบัติ และผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีประสิทธิภาพ

๒.๓ ผลักดันให้เกิดความร่วมมือในทุกภาคส่วน การที่จะบรรลุตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้นั้น ภาครัฐควรมีการจัดตั้งหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงความร่วมมือ โดยเฉพาะ ซึ่งไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เชื่อมโยงในหน่วยงานของรัฐบาลด้วยกันเท่านั้น แต่ต้องเชื่อมโยงไปยังภาคเอกชน และระดับรากหญ้าด้วย ซึ่งในปัจจุบันยังขาดเรื่องการเชื่อมโยง การบูรณาการ ทั้งในด้านข้อมูล กลยุทธ์ในการดำเนินงาน และการติดตามผล

๒.๔ วัดผลและประเมินผลกระทบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนอย่างเข้มงวด บ่อยครั้ง และต่อเนื่อง เพื่อให้การบริหารจัดการผลการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทราบถึงผลกระทบด้านต่างๆ หลังจากที่ได้ลงมือปฏิบัติ รวมถึงนำผลลัพธ์ที่ได้มาปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป

๒.๕ ภาคเอกชน เช่น ค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งเป็นภาคเอกชนที่มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จทางธุรกิจในระดับหนึ่ง ควรได้มีการทำงานเชิงรุกในการช่วยส่งเสริม ประสาน และเชื่อมโยงกับแนวนโยบายของภาครัฐ เพื่อเติมเต็มและสร้างความเข้มแข็ง ยกระดับการจัดการทั้งห่วงโซ่อุปทานแบบเครือข่ายอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ในฐานะผู้ผลิต เพื่อส่งมอบคุณค่าของสินค้าและบริการไปจนถึงมือผู้บริโภค โดยคำนึงถึงความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ดังเช่น การเข้าไปช่วย SMEs และเกษตรกร เพื่อพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานเข้ามาจำหน่ายในร้านค้าปลีก โดยให้องค์ความรู้ ข้อมูล เทคโนโลยี และนวัตกรรมต่างๆ รวมทั้งเป็นช่องทางขาย และประชาสัมพันธ์ ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อช่วยให้สินค้าเป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น

๓. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

๓.๑ พิจารณาทำงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อสำรวจความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน เช่น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อสำรวจถึงความตระหนักรู้ และการดำเนินงานในภาคปฏิบัติ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานให้เป็นอย่างถูกทิศทางมากขึ้น

๓.๒ การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาแบบตัดขวาง (Cross-sectional study) ในช่วงเวลาที่กำหนด ซึ่งอาจทำให้เกิดความแตกต่างของผลการศึกษาได้ ดังนั้นการศึกษาแบบต่อเนื่อง (Longitudinal study) จึงนับเป็นหนทางที่น่าสนใจ เพื่อให้ได้รับข้อมูลการพัฒนาความยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างแท้จริง และจะเป็นการศึกษาถึงในระยะยาว ซึ่งอาจทำให้เกิดผลที่แตกต่าง

๓.๓ พิจารณาประเทศกรณีศึกษาที่แตกต่างออกไปจากงานวิจัยฉบับนี้ โดยอาจเลือกจากประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกับไทย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กมลชนก สุทธิวาหนฤพุดิ. การจัดการโซ่อุปทานและโลจิสติกส์. กรุงเทพฯ : บริษัทสำนักพิมพ์ท็อป, ๒๕๕๗.

กฤษณ์ ฉันทจิรพร. การจัดการโลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทานสำหรับผู้บริหาร (CEOs). กรุงเทพฯ : ส่วนเชื่อมโยงการผลิต สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, ๒๕๕๗.

กัญญกนิษฐ์ กมลกิตติวงศ์ และบุษบา พุกษาพันธ์รัตน์. “ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการจัดการกรีนซัพพลายเชนในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ไทย”, วารสารวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปีที่ ๑๐ (๑), มกราคม - มิถุนายน ๒๕๕๘. หน้า ๑-๑๑.

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี,สำนักงาน. “แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2017/20170702-National-Economic-Social-Development-Plan-Twelfth-edition.pdf>, ๒๕๖๐.

คณะกรรมการโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา. “รายงานของคณะกรรมการบรินท์แลนด์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.thaicr.com/2015/09/brundtland-report.html>, ๑๙๙๐.

ชยาภา ขยวิวัฒน์วงศ์ และพัทธ์ธีรา วงศราวิทย์. “การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืน”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.setsustainability.com/download/ny7fbpe2du1vswm>, ๒๕๖๑.

ชัชวาล ชัชวรัตน์. “เชื่อมโยงกับการพัฒนาที่ยั่งยืน : การคาดการณ์สำหรับอนาคต”. รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, ๒๕๓๙.

ธำปนา บุญหล้า. คู่มือการตรวจประเมินโลจิสติกส์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑.

ให้สอดคล้องกัน [CK1]: แก่จากบุญหล้าเป็นบุญหล้า

ณัฐวุฒิ วัฒนเสณ. “การพัฒนาความร่วมมือในโซ่อุปทานระหว่างผู้ประกอบการผลิต ผู้ประกอบการ ศูนย์กระจายสินค้า และผู้ประกอบการค้าปลีก”, วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจปีที่ ๙ (๒), พฤศจิกายน ๒๕๕๗. หน้า ๒๗-๔๑.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. “เกณฑ์และคู่มือการเข้าร่วมการประเมินความยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียน ประจำปี ๒๕๖๑”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : www.set.or.th/sustainable_dev/th/sr/sri/files/awards2018_criteria.pdf, ๒๕๖๓.

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม,กระทรวง. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ : บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน), ๒๕๕๖.

ธนิต โสรรัตน์. การประยุกต์ใช้โลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. กรุงเทพฯ : วี - เซิร์ฟ โลจิสติกส์, ๒๕๕๐
 ธเนศ เมฆฉาย. “การส่งเสริมจัดการโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม”. รายงาน ศึกษา, ส่วนเชื่อมโยงการผลิต, สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนกรมส่งเสริม อุตสาหกรรม, ๒๕๕๗.

อวิชัย เศรษฐจินดา. “แนวทางการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการเพิ่ม ศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย”. เอกสาร วิจัยส่วนบุคคล, วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, ๒๕๖๑.

นาดยา จิราธิวัฒน์. “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางขนาดย่อม (SME) ภาคค้าปลีก กรณีศึกษา บริษัท เซ็นทรัลพัฒนา จำกัด (มหาชน)”. เอกสารวิจัยส่วนบุคคล, วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, ๒๕๖๑.

นิตยา กมลวิทันนิศา. “แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจไปสู่ความยั่งยืน”, วารสารเศรษฐกิจและสังคม. ปีที่ ๔๐ (๒), พฤษภาคม-มิถุนายน ๒๕๕๖. หน้า ๑๔-๒๐.

นโยบายเยาวชนเกาหลีใต้,สถาบัน. “คนหนุ่มสาวเกาหลีเมินธุรกิจ SMEs”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://thaikuk.com/korea-news/general/korean-youths-who-do-not-want-to-go-to-small-companies-20191025/>, ๒๕๖๓.

บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน). “รายงานการพัฒนาอย่างยั่งยืน ปี ๒๕๖๑”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก : <https://www.cpall.co.th/wp-content/uploads/2019/05/SD-Report2018-th-17-05-62.pdf>, ๒๕๖๑.

ประพัฒน์ ปัญญาชาติรักษ์. “การพัฒนาที่ยั่งยืน : ต้องอยู่บนฐานทรัพยากรของตัวเอง”, วารสาร เศรษฐกิจและสังคม. ปีที่ ๔๐ (๒), พฤษภาคม-มิถุนายน ๒๕๕๖. หน้า ๙-๑๓.

ให้ข้อคิดเห็น [CK2]: เปลี่ยนจากแสนเป็นแสน

ให้ข้อคิดเห็น [CK3]: เปลี่ยนจาก 2551 เป็น 2550

ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, กาญจนา แก้วเทพ และกนกศักดิ์ แก้วเทพ. วิถีใหม่แห่งการพัฒนา : วิถีวิทยา
ศึกษาสังคมไทย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๙.

ผ่องใส เพ็ชรรักษ์ และศิริรัตน์ แจ้งรักษ์สกุล. “การบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์
รถยนต์นั่ง”. รายงานผลการวิจัย, ภาควิชาการจัดการอุตสาหกรรม, มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิตย์, ๒๕๕๘.

พงษ์ชัย อธิคมรัตนกุล. โครงการศึกษาศักยภาพระบบโลจิสติกส์สำหรับข้าวไทย. กรุงเทพฯ : โรง
พิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๙.

พระพรหมคุณาภรณ์ (ประยุทธ์ ปยุตโต). การพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ : มูลนิธิโกลบอลคิมทอง,
๒๕๕๒.

พริยาภรณ์ อันทอง และ ศุภกร เอกชัยไพบูลย์. “Checklist พิชิตธุรกิจยั่งยืน”. กรุงเทพฯ: ศูนย์
พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, ๒๕๕๙.

ไพฑูริย์ พงศะบุตร. พจนานุกรมฉบับที่ ๒๗. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, ๒๕๕๔.

ภคมน กิจนุสนธิ์. “ความสัมพันธ์ของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดการปฏิบัติการและการ
จัดการโลจิสติกส์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเทศไทย”. การค้นคว้าอิสระ,
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๙.

รสริน โอสถำนันต์กุล (2010). “Perceived Problems and SMEs Performance : A
comparative perspective of SMEs in Thailand and China”, วารสาร
เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ปีที่ ๒ (๔), กรกฎาคม-ธันวาคม ๒๕๕๓. หน้า
๕๖-๘๖.

ระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา,สถาบัน. “เป้าหมายของการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร
สหประชาชาติ”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<https://www.ttwplc.com/th/sd/response/sustainable-development-goals>,
๒๕๕๙.

ลักขณาวิดี บุญยะศิรินันท์. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจเพื่อเข้าสู่ธุรกิจที่เป็นมิตร
ต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ในประเทศไทย”, วารสารปัญญาภิวัฒน์. ปีที่ ๗ (๑),
มกราคม-เมษายน ๒๕๕๘. หน้า ๑-๙.

เลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ,สำนักงาน. ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ.๒๕๖๑-
๒๕๘๐). กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,
๒๕๖๑.

1ให้ข้อคิดเห็น [CK4]: เปลี่ยนจาก 2550 เป็น 2549

1ให้ข้อคิดเห็น [CK5]: คืออันเดียวกับ พระธรรมปิฎก (๒๕๓๙,
หน้า ๒๕)

วรรณิ ชลนภาสถิตย์. “ความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจเอสเอ็มอี : กรณีศึกษาธุรกิจขนมหวาน จังหวัดเพชรบุรี”. สาขาวิชาวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๒.

วรัญญู เวียงอำพล. “การจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิทยาการจัดการสิ่งแวดล้อม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ๒๕๕๖.

วสุธร ตันวัฒนกุล. “การพัฒนาแบบยั่งยืน”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

http://www.ph.buu.ac.th/pdf/vasutom/develop_old.pdf, ๒๕๖๓.

ศรินทร์ ชันติวัฒนะกุล. “ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพในเขตจตุจักรเพื่อการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน”, วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ. ปีที่ ๖ (๑), มกราคม-มิถุนายน ๒๕๕๘. หน้า ๖๙-๘๑.

เศรษฐกิจระหว่างประเทศ,กรม. กระทรวงการต่างประเทศ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล.

“นโยบายส่งเสริม SMEs และ Startups เกาหลีใต้ ธุรกิจไทยได้ประโยชน์อย่างไร”.

(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

https://globthailand.com/southkorea_0025/, ๒๕๖๓.

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว),สำนักงาน. “รายงานสถานการณ์ SME”.

(ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<https://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=215>, ๒๕๖๒.

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,สำนักงาน. “รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี ๒๕๖๐”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

<http://www.industry.go.th/psd/index.php/download/916-2560-2/file>, ๒๕๖๓.

สุชาติ อุดมโสภกิจ. “การส่งเสริม SMEs ในญี่ปุ่น”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก :

http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/tn236b_p29-31.pdf, ๒๕๖๓.

ภาษาต่างประเทศ

Abubakar, I. R. “Access to sanitation facilities among nigerian households:

- Determinants and sustainability implications”. College of Architecture and Planning, University of Dammam, Saudi Arabia; *Sustainability*, 9(4), 547, 2017.
- African Union. “Common African Position (CAP) on the post-2015 Development Agenda”. Addis Ababa: African Union, 2014.
- Alzawawi, M. “Drivers and Obstacles for Creating Sustainable Supply Chain Management and Operations” . Student Papers Proceedings Archive; American Society for Engineering Education (ASEE): Washington, DC, USA, 2014. p.1-8.
- AlZaabi, S., AlDhaheri N. “Diabat A. Analysis of interaction between the barriers for the implementation of sustainable supply chain management” , *International Journal of Advanced Manufacturing Technology*. 68(1-4), 2013. p.895-905.
- Bowen, F. E., Cousins P. D., Lamming R. C., and Farukt A. C. “The role of supply management capabilities in green supply”, *Production and operations management*. vol. 10, 2001. p.174-189.
- Caring for the Earth. “A Strategy for Sustainable Living”. (Online). Available: <https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/cfe-003.pdf>, 1991.
- Carter, R. C., Liane E. P. “Sustainable supply chain management: evolution and future directions”, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. 41(1), 2016. p.46-62.
- Carter, C., Rogers, DS. “A framework of sustainable supply chain management: moving toward new theory” , *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*. 38(5), 2008. p.360-387.
- Carter, C., Jennings, M. M. “ Social responsibility and supply chain relationships” , *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*. 38(1), 2002. p.37-52.
- Cerin, P. “Bringing economic opportunity into line with environmental influence: A discussion on the coase theorem and the Porter and van der Linde hypothesis”, *Ecological Economics*. 56, 2006. p.209-225.

- Christopher, S. "Drivers and constraints for adopting sustainability standards in small and mediumsized enterprises (SMEs)". Deutsches Institut für Entwicklungspolitik, 2017.
- Coyle, et al. "The Management of Business Logistics" . 7th ed., Thomson Learning.Canada, 2003.
- Dashore, K. and Sohani, N. "Green Supply Chain Management-Barriers & Drivers: A Review International", Journal of Engineering. vol. 2, 2013. p.2021-2030.
- Elkington, J. "Accounting For The Triple Bottom Line", Measuring Business Excellence. 2(3), 1998. p.18-22.
- Elkington, J. "Enter the triple bottom line. In: Henriques A, Richardson J (Eds) The Triple Bottom Line: Does It All Add up?". Earthscan, London, 2004.
- Evers, B. A. "Why adopt the Sustainable Development Goals? The case of multinationals in the Colombian coffee and extractive sector". Master Thesis, Erasmus University Rotterdam, 2018.
- Håk, T., Janousková, S. and Moldan, B. "Sustainable Development Goals: A Need for Relevant Indicators", Ecological Indicators. 60, 2016. p.565-573.
- Han-na and Ha-yeon. "E-Mart to introduce Korean SMEs' products in Singapore". (Online). Available : <https://www.mk.co.kr/news/english/view/2018/06/386223/>, 2020.
- Handfield, R. B., Nichols, E. L. "Key Issues in Global Supply Base Management", Industrial Marketing Management. 33(1), 2004. p.29-35.
- Hervani, A. A., Helms, M. M., Sarkis, J. "Performance measurement for green supply chain management", Benchmarking: An International Journal. vol. 12, 2005. p.330-353.
- International Institute for Sustainable Development. "Arab Region Agrees on SDG Follow-Up Process, Joint Inputs to UNEA-2". (Online). Available: <http://sd.iisd.org/news/arab-region-agrees-on-sdg-follow-up-process-jointinputs-to-unea-2>, 2016.

- Kolk, A. "The social responsibility of international business: From ethics and the environment to CSR and sustainable development", Journal of World Business. 51(1), 2016. p.23-34.
- Kot, S. "Sustainable Supply Chain Management in Small and Medium Enterprises", The Management Faculty, Czestochowa University of Technology. 10(4), 2018. p.1-19.
- Lankford, W.M. "Supply chain management and the Internet", Online Information Review. 28(4), 2004. p.301-305.
- Lambert, Douglas M., Ed. "Supply Chain Management: Processes Partnerships Performance". Supply Chain Management Institute, 2004.
- Lamming, R. and Hampson, J. "The environmental as a Supply Chain Management issue", British Journal of Management. vol. 7, 1996. p. 45-62.
- Mensah, J. "Sustainable development: Meaning, history, principles, pillars, and implications for human action", Literature review, Cogent Social Sciences. 5(1), 2019. p.1-21.
- Mentzer, J.T. Fundamentals of Supply Chain Management: Twelve Drivers of Competitive Advantage. Sage Publications: Thousand Oaks, CA, USA, 2004.
- Natarajan, G., Wyrick, D. "Framework for Implementing Sustainable Practices in SMEs in the United States", Proceedings of the World Congress on Engineering 2011. 1(1), 2011. p.1-5.
- Negi, S., & Anand, N. "Green and Sustainable Supply Chain Management Practices- A Study of Wal-Mart. In A. D. Dubey (IIM Calcutta)", Emerging Business Sustainability, 2014.
- Rana, S. S. M., Abdullah, O., Arman, H. A. M., Mohd, S. A. H., & Mohammad, S. "Drivers of Retail Supply Chain Efficiency: Moderating Effect of Lean Strategy", International Journal of Supply Chain Management. 5 (1), 2016. p.52-62.
- Revell, A., Stokes, D., Chen, H. "Small businesses and the environment: turning over a new leaf", Journal of Business Strategy and the Environment. vol. 19, 2010. p. 273-288.

- Revell, A. and Blackburn, R. “The business case for sustainability: An examination of small firms in the UK’s construction and restaurant sectors”, Journal of business strategy and the environment. vol. 16, 2007. p. 404-420.
- Rob, O’Byrne. “8 Reasons Why Your Business’ Success Depends Upon Your Supply Chain”. (Online). Available : <https://www.logisticsbureau.com/8-reasons-why-the-supply-chain-matters-to-business-success>, 2020.
- Robecosam. “DJSI Family”. (Online). Available: <http://www.sustainabilityindices.com/index-family-overview/djsi-family-overview/index.jsp>, 2016.
- Santos, M. “CSR in SMEs: strategies, practices, motivations and obstacles”, Social Responsibility Journal. 7(3), 2011. p.490-508.
- Shahzadi, I., Amin, S., and Chaudhary, K. “Drivers of supply chain performance enhancing organizational output: An exploratory study for manufacturing sector”, European Journal of Business and Management. 5 (14), 2013. p.53-64.
- Sharma, V., Giri, S., Rai, S. “Supply Chain Management Of Rice In India: A Rice Processing Company’s Perspective” , International Journal of Managing Value and Supply Chains (IJMVSC). 4(1), 2013. p.25-36.
- Stock, J.R., Lambert,D.M. Strategic Logistics Management. 4 th ed.,New York: McGraw-Hill, 2001.
- Teuteberg, F., Wittstruck, D. “Systematic Review of Sustainable Supply Chain Management Research” . Accounting and Information Systems, University of Osnabrück, 2010.
- Tsaparas, A. “Sustainable Supply Chain Management” . Asia Pacific Institute of Advanced Research. 5(1), 23-32, 2019.
- United Nations Economic Commission for Europe. “Monet Evaluates Sustainable Development In Switzerland”. (Online). Available: <https://www.unece.org/fileadmin/DAM/stats/documents/2001/10/env/wp.31.e.pdf>, 2001.
- UN Global Compact. “Traceability Guide: A Practical Approach to Advance Sustainability in Global Supply Chains”. UN Global Compact Office. 2014.

- Victor, K. Adoukonou. "Strategies for Small Business Sustainability". College of Management and Technology, Walden University Walden Dissertations and Doctoral Studies Collection at Scholar Work, 2019.
- Vogt, J.J., Pienaar, W.J. and De Wit, P.W.C. Business logistics management: theory and Practices. South Africa: Oxford University Press, 2002.
- World Conference on Environment and Development. "Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future". (Online). Available: <http://www.un-documents.net/our-commonfuture.pdf>, 1987.
- Yu Lin C., Hui Ho Y. "An Empirical Study on Logistics Service Providers' Intention to Adopt Green Innovations", Journal of Technology Management & Innovation. 3(1), 2008. p.17-26.

ภาคผนวก

ผนวก ก

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (SMEs)

โครงการวิจัยเรื่อง : การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า

คำชี้แจง : งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ ศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพ ความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างความร่วมมือ โดยผลการวิจัยนี้จะปิดเป็นความลับและนำไปประมวลผลในภาพรวมเท่านั้น ระหว่างการพูดคุยขออนุญาตบันทึกเสียงด้วยนะครับ เพื่อนำไปใช้สรุปผลเท่านั้น

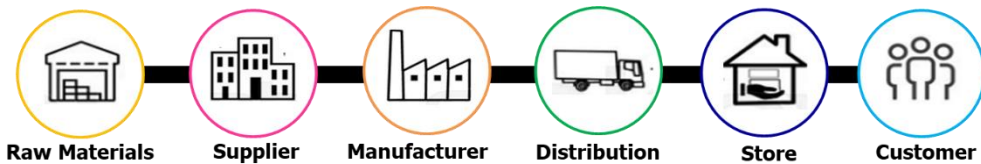
ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ.....นามสกุล.....เบอร์โทรศัพท์.....
ชื่อบริษัท.....ตำแหน่งปัจจุบัน.....
ธุรกิจเกี่ยวข้องกับอะไร.....
จำนวนพนักงานในกิจการ.....คน อายุของกิจการ.....ปี

ส่วนที่ 2 : แนวคำถาม

วัตถุประสงค์ที่ 1. เพื่อศึกษาปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

1. สินค้าของธุรกิจคุณ มีกี่ประเภท อะไรบ้าง
2. ธุรกิจของคุณมีกระบวนการ/ขั้นตอนการผลิตสินค้า ตั้งแต่จัดหาวัตถุดิบจนกระทั่งกลายเป็นสินค้าที่ผลิตเสร็จจนส่งถึงมือผู้บริโภค อย่างไรบ้าง (**แสดงภาพ**ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ดูและอธิบายประกอบ)



3. ในแต่ละขั้นตอน มีความเชื่อมโยงกับภาครัฐ ภาคเอกชน เช่น บริษัทค้าปลีก และเกษตรกร ท้องถิ่น/ชาวสวน/ชาวนา หรือไม่ อย่างไร (ชักให้เห็นภาพห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจผู้ให้สัมภาษณ์)
4. ในแต่ละขั้นตอน คุณเจอปัญหา/อุปสรรคอะไรบ้างหรือไม่ อย่างไร (ชักที่ละขั้นตอน)
5. ปัญหาใดที่คุณมองว่าสำคัญที่สุด เพราะเหตุใดคุณจึงคิดเช่นนั้น

6. ท่านคิดว่า ปัญหาดังกล่าวจะมีผลกระทบต่อการพัฒนาความยั่งยืนของธุรกิจคุณ หรือไม่ อย่างไร (ซีกเพิ่มเติมว่า ส่งผลต่อการพัฒนาความยั่งยืนในด้านใด เศรษฐกิจ/สังคม/สิ่งแวดล้อม)

7. คุณมีวิธีการป้องกัน/จัดการกับปัญหาดังกล่าวอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์ที่ 2. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

8. ปัจจุบัน ธุรกิจของคุณได้มีกิจกรรม/การดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนเข้าไปในกระบวนการทางธุรกิจหรือไม่ เพราะอะไร

8.1 ธุรกิจคุณมีการกำหนดเกณฑ์หรือมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนหรือไม่ อย่างไร

9. กรณีที่มีการดำเนินการจากข้อ 9 → คุณมีการดำเนินการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนอย่างไรบ้าง ทั้งในเรื่องการพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อม และเพื่อความยั่งยืนทางการเงินของธุรกิจ

10. คุณคิดว่าอะไรคือ ปัญหา/อุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืนของ SMEs ในประเทศไทย (เช่น การขาดความรู้ แรงจูงใจในการพัฒนาความยั่งยืน ค่าใช้จ่าย เทคโนโลยี การสร้างพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน อื่นๆ)

วัตถุประสงค์ที่ 3. เพื่อศึกษาแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน

11. จากปัญหา/อุปสรรคเกี่ยวกับการพัฒนาความยั่งยืนของ SMEs ข้างต้น คุณคิดว่า ควรมีการจัดการ/แก้ไขปัญหายังไง หรือหน่วยงานใดควรเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาบ้าง เพราะอะไร

12. คุณคิดว่าภาคเอกชนอย่างธุรกิจค้าปลีก เช่น 7-Eleven ควรเข้ามามีบทบาทช่วยแก้ไขปัญหา/เกี่ยวกับการพัฒนาความยั่งยืนของ SMEs อย่างไรบ้าง

13. คุณคิดว่าภาคเอกชนอย่างธุรกิจค้าปลีก เช่น 7-Eleven ควรเข้ามามีบทบาทช่วยเพิ่มศักยภาพทางธุรกิจของ SMEs อย่างไร

14. คุณคิดว่าภาคเอกชนอย่างธุรกิจค้าปลีก เช่น 7-Eleven ควรเข้ามามีบทบาทในการสร้างพลังความร่วมมือระหว่าง SMEs และระดับรากหญ้าอย่างไร

ผนวก ข

แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (ระดับรากหญ้า)

โครงการวิจัยเรื่อง : การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสัยทัศน์ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า

คำชี้แจง : งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหาการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสัยทัศน์ขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างความร่วมมือ โดยผลการวิจัยนี้จะปิดเป็นความลับและนำไปประมวลผลในภาพรวมเท่านั้น ระหว่างการพูดคุยขออนุญาตบันทึกเสียงด้วยนะครับ เพื่อนำไปใช้สรุปผลเท่านั้น

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ.....นามสกุล.....เบอร์โทรศัพท์.....
ที่อยู่ปัจจุบัน.....
อาชีพ.....ประสบการณ์ในการทำเกษตรกรรม.....ปี อายุตัว.....ปี
ได้รับการสนับสนุนจากร้านค้าปลีกสมัยใหม่ในเรื่อง.....

ส่วนที่ 2 : แนวคำถาม

วัตถุประสงค์ที่ 1. เพื่อศึกษาปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

1. คุณทำการเกษตรกรรมประเภทไหนบ้าง (ทำนา ทำสวน ทำไร่ อื่นๆ)
2. พื้นที่เพาะปลูกของคุณมีขนาดเท่าไร
3. คุณทำเกษตรกรรมกันเองภายในครอบครัวหรือไม่ อย่างไร
4. แรงงานในครัวเรือนมีกี่คน มีการจ้างแรงงานจากที่อื่นด้วยไหม อย่างไร
5. ผลผลิตทางการเกษตรที่คุณต้องส่งขายให้กับภาคธุรกิจ เช่น SMEs/ร้านค้าปลีก มีอะไรบ้าง สัดส่วนการส่งเป็นยังไง
6. คุณเจอปัญหา/อุปสรรค อะไรบ้างในการทำเกษตรกรรม (ซักโดยละเอียดให้เห็นถึงสาเหตุ)
 - 6.1 ด้านสังคม เช่น ขาดแคลนแรงงาน ขาดความรู้/ทักษะบางอย่าง ขาดความร่วมมือ/ช่วยเหลือจากภาครัฐ/ภาคเอกชน อื่นๆ

6.2 ด้านสิ่งแวดล้อม เช่น โรคและแมลงศัตรูพืช มลพิษในอากาศ สภาพของดิน ฝนที่ไม่ตกตามฤดูกาล น้ำเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม อื่นๆ

6.3 ด้านเศรษฐกิจ เช่น ต้นทุนการเพาะปลูกสูง ราคาผลผลิตไม่แน่นอน การผูกขาดด้านราคาสินค้าเกษตรกรรม หนี้สิน อื่นๆ

7. ปัญหาใดที่คุณมองว่าสำคัญที่สุด เพราะเหตุใดคุณจึงคิดเช่นนั้น

วัตถุประสงค์ที่ 2. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า

8. คุณคิดว่า ปัญหาใดบ้างที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืนของการทำเกษตรกรรม เพราะอะไรจึงคิดเช่นนั้น

9. คุณมีวิธีการป้องกัน/จัดการกับปัญหาดังกล่าวอย่างไรบ้าง

10. ภาครัฐ ได้เข้ามามีส่วนช่วยในการพัฒนา/จัดการกับปัญหาการเกษตรกรรมของคุณ หรือไม่ อย่างไร

11. ภาคเอกชน เช่น SMEs/ร้านค้าปลีก ได้เข้ามามีส่วนช่วยในการพัฒนา/จัดการกับปัญหาการเกษตรกรรมของคุณหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ที่ 3. เพื่อศึกษาแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน

12. คุณต้องการให้ภาครัฐ เข้ามามีบทบาทช่วยในการพัฒนา/เพิ่มศักยภาพ/จัดการกับปัญหาอย่างไร หรือหน่วยงานใดควรเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาอีกบ้าง เพราะอะไร

13. คุณคิดว่าภาคเอกชนอย่างธุรกิจค้าปลีก เช่น 7-Eleven ควรเข้ามามีบทบาทช่วยในการพัฒนา/เพิ่มศักยภาพ/จัดการกับปัญหา ใดบ้าง เพื่อให้คุณสามารถทำการเกษตรกรรมได้อย่างยั่งยืน

14. คุณคิดว่าภาคเอกชนอย่างธุรกิจค้าปลีก เช่น 7-Eleven ควรเข้ามามีบทบาทในการสร้างพลังความร่วมมือระหว่าง SMEs และระดับรากหญ้าอย่างไร เพราะอะไร

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ : นายเกรียงชัย บุญโพธิ์อภิชาติ
วัน เดือน ปีเกิด : ๒๖ มีนาคม พ.ศ. ๒๕๑๑
การศึกษา : ปริญญาตรี คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
: ปริญญาโท บริหารธุรกิจ (MBA) International University of Japan

ประวัติการทำงานโดยย่อ

: ING Baring Securities (Thailand) - Institutional Sales
: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย - ผู้อำนวยการ ฝ่ายการตลาดผู้ลงทุน
: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) - ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ
ด้านการเงินและลงทุนสัมพันธ์
: บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) - รองกรรมการผู้จัดการ
ศูนย์การเงินกลุ่ม และสำนักลงทุนสัมพันธ์

ตำแหน่งปัจจุบัน : รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

สรุปย่อ

ลักษณะวิชา การเศรษฐกิจ

เรื่อง การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสัยกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า

ผู้วิจัย เกรียงชัย บุญโพธิ์ธิษฐานิ หลักรัฐ วปอ. รุ่นที่ 62

ตำแหน่ง รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ที่เปรียบเสมือนเศรษฐกิจฐานรากของประเทศ เป็นกลไกที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และยังเป็นกำลังสำคัญของระบบการผลิตในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ยังมีข้อจำกัดและปัญหาในหลายด้าน โดยเฉพาะปัญหา “การพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน” ซึ่งเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ เนื่องจากในอดีตรูปแบบกิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานมีลักษณะเหมือนเส้นตรงไม่ซับซ้อน กิจกรรมต่างๆ เรียงลำดับเป็นขั้นตอน ประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวนไม่มาก บริษัทส่วนใหญ่จึงเน้นการพัฒนาประสิทธิภาพในมิติเศรษฐกิจเป็นสำคัญ เช่น การพัฒนาคุณภาพเชิงเทคนิค การลดต้นทุน และความรวดเร็ว เป็นต้น ต่อมาการดำเนินธุรกิจมีความซับซ้อนมากขึ้น ประกอบไปด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลากหลายความสัมพันธ์ทำให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานจึงเปลี่ยนจากเส้นตรงมาเป็นรูปแบบเครือข่าย ส่งผลให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นผู้จำหน่ายวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ต้องร่วมมือกันเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนมากขึ้น รวมทั้งมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน โดยการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานจะช่วยลดความเสี่ยงที่ธุรกิจจะหยุดชะงัก อันเนื่องมาจากผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ปกป้องชื่อเสียงบริษัท ลดต้นทุนในกระบวนการดำเนินธุรกิจ พัฒนาผลิตภาพแรงงาน และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ

ซึ่งในปัจจุบันการพัฒนาความยั่งยืนทั้งในมิติดังกล่าวถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างมากทั้งในระดับสากลและระดับประเทศ ดังจะเห็นได้จากการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ และยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ที่มุ่งเน้นการยกระดับและพัฒนาให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น เพื่อการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบก้าวกระโดด และการกระจายรายได้ลดความเหลื่อมล้ำ เพื่อที่จะส่งผลให้ประเทศไทยสามารถขยับสู่การเป็นประเทศรายได้สูงที่มีการเติบโตอย่างมั่นคง และยั่งยืน แต่ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการสร้างพลังความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะธุรกิจค้าปลีก

สมัยใหม่ ซึ่งเป็นภาคเอกชนที่มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จทางธุรกิจในระดับหนึ่ง ควรได้มีการทำงานเชิงรุกโดยเป็นตัวกลางในการช่วยส่งเสริม ประสาน และเชื่อมโยงกับแนวนโยบายของภาครัฐ เพื่อเติมเต็มและสร้างความเข้มแข็ง ยกระดับการจัดการทั้งห่วงโซ่อุปทานแบบเครือข่าย อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และระดับรากหญ้า โดยผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ เพื่อให้เกิดการสร้างงาน การกระจายรายได้ไปสู่ภาคเกษตรกรรม รวมถึงเป็นตัวช่วยให้เกิดการพัฒนา และนำความเจริญไปสู่ชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ส่งผลต่อเนื่องสู่ภาคเศรษฐกิจและภาคธุรกิจโดยรวม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า
2. เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า
3. เพื่อศึกษาแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ ตลอดจนแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพความสามารถในการแข่งขัน และการสร้างพลังความร่วมมือในห่วงโซ่อุปทาน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้เน้นการศึกษาวิธีการและแนวการปฏิบัติของการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมถึงความสามารถในการดำเนินการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ส่วนการศึกษาช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่จะศึกษาในบริบทเฉพาะประเทศไทยและต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลีใต้
2. ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในประเทศไทย ที่มีการจัดการห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในด้านใดด้านหนึ่ง โดยค้าปลีกสมัยใหม่หรือธุรกิจขนาดใหญ่เข้าไปมีส่วนร่วม และบุคคลในระดับรากหญ้า เช่น เกษตรกร ชาวสวน ที่ผ่านการสนับสนุนโดยค้าปลีกสมัยใหม่หรือธุรกิจขนาดใหญ่

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือน พฤศจิกายน 2562 ถึง พฤษภาคม 2563

วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1. การวิจัยเชิงเอกสาร เป็นการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความยั่งยืน การจัดการห่วงโซ่อุปทาน ตลอดจนจุดปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงแนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่ และ 2. การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคลกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 16 ราย และระดับรากหญ้า 4 ราย รวมทั้งสิ้น 20 ราย โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง เป็นเครื่องมือที่ใช้ในเก็บรวบรวมข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนำไปวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

1. เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 ปัญหาห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงกับของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า และ วัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 ปัญหาและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ซึ่งเป็นปัญหาเดียวกันที่เกิดขึ้นกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีดังต่อไปนี้

1.1 มิติด้านเศรษฐกิจ SMEs ส่วนใหญ่ประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน และการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบมากที่สุด เนื่องจาก SMEs มีการจัดการทางการเงินที่ไม่เป็นระบบ และขั้นตอนการดำเนินงานของสถาบันการเงินในการปล่อยสินเชื่อกลับมีความซับซ้อนและไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ จึงเป็นผลให้ขาดเงินทุนหมุนเวียนหรือไม่เพียงพอเพื่อนำไปใช้ดำเนินธุรกิจ รวมถึงการจ้างแรงงานเพิ่ม

1.2 มิติด้านสังคม SMEs ส่วนใหญ่ประสบปัญหาขาดความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจมากที่สุด เนื่องจากส่วนใหญ่ทำธุรกิจโดยลำพัง ขาดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งทั้งจากอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสมาคมการค้า การส่งเสริม ทำให้ SMEs ไม่สามารถมีความเชื่อมโยงทางธุรกิจที่เกื้อหนุนกันได้ และไม่มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ และประสบการณ์ต่างๆ ทำให้มีอำนาจในการต่อรองน้อย

1.3 มิติด้านสิ่งแวดล้อม SMEs ส่วนใหญ่ประสบปัญหาขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม/จัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและได้มาตรฐานสากลมากที่สุด เนื่องจาก SMEs บางราย ละเลยการ

จัดการเรื่องสิ่งแวดล้อมในกระบวนการธุรกิจและไม่มีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมในระบบของห่วงโซ่อุปทาน เช่น การกำจัดของเสียที่ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่มีการใช้พลังงานทดแทน เป็นต้น รวมถึงไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและขาดความร่วมมือจากองค์กรที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของรัฐบาล

1.4 ระดับรากหญ้าประสบปัญหาขาดความรู้ในการพัฒนาต่อยอดสินค้าการเกษตร ซึ่งเป็นปัญหาในมิติด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากกลุ่มเกษตรกรยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการแปรรูปสินค้าเกษตร ตลอดจนการพัฒนาต่อยอดสินค้าเกษตรของตนเองและชุมชนให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด รวมถึงยังขาดองค์ความรู้ทางวิชาการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการแปรรูปสินค้าเกษตรให้มีมาตรฐาน และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด และให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2. เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3 แนวทางและข้อเสนอแนะในการแก้ปัญหาเชิงนโยบายในการพัฒนาความยั่งยืนของห่วงโซ่อุปทานสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และระดับรากหญ้า ผ่านช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่

2.1 มิติด้านเศรษฐกิจ SMEs ส่วนใหญ่ประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน และการจัดการทางการเงินที่เป็นระบบ จึงควรมีนโยบายส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และสนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนที่หลากหลายขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงได้สะดวกและรวดเร็ว

2.2 มิติด้านสังคม SMEs ส่วนใหญ่ประสบปัญหาการขาดความร่วมมือระหว่างพันธมิตรทางธุรกิจ ดังนั้นควรมีนโยบายส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจที่เข้มแข็ง ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของการรวมกลุ่มในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือรวมกลุ่มกับช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่และระดับรากหญ้า

2.3 มิติด้านสิ่งแวดล้อม SMEs ส่วนใหญ่ประสบปัญหาการขาดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม/จัดการสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและได้มาตรฐานสากล ดังนั้นควรมีนโยบายยกระดับสินค้า บริการ และกระบวนการผลิตของ SMEs ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ในระดับรากหญ้า ส่วนใหญ่ประสบปัญหาขาดความรู้ในการพัฒนาต่อยอดสินค้าการเกษตร ดังนั้นควรมีนโยบายสร้างความรู้ สร้างงาน สร้างรายได้ โดยภาครัฐและภาคเอกชน สนับสนุน ดังนั้น บทบาทของค้าปลีกสมัยใหม่ ซึ่งเป็นภาคเอกชนควรมีการทำงานเชิงรุกในการช่วยส่งเสริมและเชื่อมโยงกับนโยบายของภาครัฐ เพื่อเติมเต็มและสร้างความเข้มแข็ง ยกกระตือรือร้นทั้งห่วงโซ่อุปทานแบบเครือข่ายอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงกับ SMEs และระดับรากหญ้า

ข้อเสนอแนะ

1. ด้านเศรษฐกิจ ควรกำหนดนโยบายส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อเพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สร้างและพัฒนาปัจจัยที่เอื้อให้ SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งทุน และสนับสนุนให้มีแหล่งเงินทุนที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ SME สามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว เช่น รับรองสถานะและศักยภาพของ SMEs โดยส่งเสริมให้มีระบบการประเมินศักยภาพทางการเงินของ SME เพื่อช่วยลดขั้นตอนและระยะเวลาการพิจารณาของสถาบันการเงิน และจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ รวมถึงส่งเสริมให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับ SMEs ที่ประสบปัญหา เป็นต้น

2. ด้านสังคม ควรกำหนดนโยบายส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SMEs โดยส่งเสริมให้ SMEs มีการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่มีความเข้มแข็ง ซึ่งอาจอยู่รูปแบบของการรวมกลุ่มในอุตสาหกรรมเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มภายในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน หรือการรวมกลุ่มกับช่องทางค้าปลีกสมัยใหม่และระดับรากหญ้า ได้แก่ เกษตรกร ชาวไร่ ชาวสวน เป็นต้น

3. ด้านสิ่งแวดล้อม ควรกำหนดนโยบายยกระดับสินค้าและบริการ และกระบวนการผลิตของ SMEs ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมให้ SMEs มีการดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างจิตสำนึกและความตระหนักในการมีส่วนร่วมรักษาสีเขียวของผู้ประกอบการ และสนับสนุนให้ SMEs ได้ผ่านการรับรองมาตรฐานสิ่งแวดล้อมต่างๆ รวมถึงจัดให้มีที่ปรึกษาแนะนำเชิงลึกเพื่อการพัฒนาสินค้า บริการ และระบบธุรกิจให้ได้รับการรับรองมาตรฐานสากลกำหนดได้ โดยอาจองค์กรเอกชน ดังเช่น ค้าปลีกสมัยใหม่ สามารถเข้ามามีส่วนร่วมช่วยเป็นที่ปรึกษาได้ เป็นต้น

4. ภาครัฐควรกำหนดนโยบายสร้างความรู้ สร้างงาน สร้างรายได้ โดยภาครัฐและภาคเอกชน ได้แก่ SMEs และค้าปลีกสมัยใหม่ ช่วยส่งเสริม/สนับสนุนทำให้เกิดการสร้างงานและรายได้ให้แก่เกษตรกรไทยหรือชุมชนท้องถิ่น เช่น ถ่ายทอดองค์ความรู้ทางวิชาการ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับเกษตรกร โดยภาครัฐและภาคเอกชน และสนับสนุนให้เกิดการรวมกลุ่มภายในชุมชนเพื่อแปรรูปสินค้าเกษตรท้องถิ่น รวมถึงผลักดันให้สินค้าเกษตรและอาหารของไทยมีความโดดเด่นในด้านคุณภาพ มาตรฐานและความปลอดภัยในตลาดโลก เป็นต้น

5. ภาครัฐควรกำหนดนโยบายในด้านต่างๆ ให้เดินไปในทิศทางเดียวกัน ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งกำหนดหน่วยงานเฉพาะที่เพียงพอ สำหรับการติดตามและประเมินผลนโยบายด้านต่างๆ เพื่อปรับปรุงนโยบายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น